إشباعات مواقع التواصل الاجتماعي لحاجات تلاميذ المرحلة الأساسية في المدارس الخاصة والحكومية في الأردن

إعداد

آمنه صدقي يونس

المشرف

الأستاذ الدكتور حلمي خضر ساري

قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في علم الاجتماع

كلية الدراسات العليا

الجامعة الأردنية

نيسان، ٢٠١٥



قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة/ الأطروحة "إشباعات مواقع التواصل الاجتماعي لحاجات تلاميذ المرحلة الأساسية في المدارس الخاصة والحكومية في الأردن" وأجيزت بتاريخ ٢٠١٥/٤/٦

أعضاء لجنة المناقشة	التوقيع
الدكتور حملي خضر ساري، مشرفاً أستاذ – علم الاجتماع	....
الدكتور مجدي الدين عمر خمش، عضواً أستاذ – علم الاجتماع	....
الدكتور خليل نمر درويش، عضواً أستاذ – علم الاجتماع	....
الدكتور تحسين منصور، عضواً أستاذ – إعلام (جامعة اليرموك)	....

نموذج ترخيص

أنا الطالب : آمنة صدقي حمزه دوس أمنح الجامعة الأردنية و/ أو من تفوضه ترخيصاً غير حصري دون مقابل بنشر و / أو استعمال و / أو استغلال و / أو ترجمة و / أو تصوير و / أو إعادة إنتاج بأي طريقة كانت سواء ورقية و / أو إلكترونية أو غير ذلك رسالة الماجستير / الدكتوراه المقدمة من قبلي وعنوانها.

إشباعات مواقع التواصل الاجتماعي لحاجات طلبة المرحلة الأساسية في المدارس الخاصة والحكومية في الأردن

وذلك لغايات البحث العلمي و / أو التبادل مع المؤسسات التعليمية والجامعات و / أو لأي غاية أخرى تراها الجامعة الأردنية مناسبة، وأمنح الجامعة الحق بالترخيص للغير بجميع أو بعض ما رخصته لها.

اسم الطالب: آمنة صدقي حمزه دوس

التوقيع: Amnhe

التاريخ: ١٦/٤/٢٠١٥

الإهداء

في مكان من هذا العالم نهر يجري أستقي منه عطفا
وحنانا قوة وإصرارا شموخا و كبرياءا دعما و إسنادا أبي...
أمي... أخواني و أخوتي ..شريك حياتي أنتم نبع هذا النهر
الجاري في داخلي أنتم من يستحق إهدائي أرى فرحة
ترتسم على وجوهكم فأنتم تشاركوني فرحة النجاح
تقاسموني لذة الفرح بكم يتحقق الأمل ويصل إلى مبتغاه

الشكر والتقدير

الحمد لله حمد الشاكرين على نعمه التي لا تحصى وآلائه التي لا تفنى، والصلاة والسلام على خير معلم للبشر محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم الذي أرسله ربه رحمة للعالمين.

أما بعد، بعد أن وفقني الله عز وجل لإتمام هذا الجهد المتواضع والخطوة الأولى نحو آفاق العلم الواسع، فإنني أتقدم بجزيل الشكر والتقدير لكل من ساهم في إنجاز هذه الرسالة المتواضعة وأخص بالذكر الأستاذ الدكتور حلمي خضر ساري الذي أكرمني بالإشراف على هذه الرسالة ولم يتوان عن تقديم نصائحه وتوجيهاته القيمة، وإلى أعضاء لجنة المناقشة وجميع أساتذة قسم علم الاجتماع في الجامعة الأردنية.

وفي الختام أتوجه بالشكر والتقدير للقائمين على هذا الصرح الشامخ – الجامعة الأردنية رئاسة وإدراة وعاملين.

الباحثة

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

إشباعات مواقع التواصل الاجتماعي لحاجات تلاميذ المرحلة الأساسية في المدارس الخاصة والحكومية في الأردن

إعداد

آمنه صدقي يونس

المشرف

الأستاذ الدكتور حلمي خضر ساري

الملخص

هدفت الدراسة التعرف إلى دوافع استخدامات تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية في الأردن لشبكات التواصل الاجتماعي تحديداً "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام"، ومدى إشباع هذه الشبكات لحاجاتهم المختلفة، فضلاً عن محاولتها التعرف إلى النتائج المترتبة عن استخداماتهم لهذه الشبكات. وقد تكونت عينة الدراسة من (644) تلميذاً وتلميذة ممن تراوحت أعمارهم ما بين (13-16) سنة؛ بحيث بلغ عدد التلاميذ الذكور (328) في حين بلغ عدد التلميذات (316)، تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية متعددة المراحل. وقد تم جمع بيانات الدراسة باستخدام الاستبانه المكونة من أربعة محاور هي: **المحور الأول:** المتغيرات الآتية: "الجنس، العمر، الصف، منطقة السكن، نوع المدرسة، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، عدد ساعات الاستخدام، الخبرة في الاستخدام، علاقة التلميذ بالأسرة، عدد أفراد الأسرة، المصروف اليومي للتلميذ، التحصيل المدرسي"، **المحور الثاني:** دوافع الاستخدام، **المحور الثالث:** إشباع الحاجات، **المحور الرابع:** نتائج الاستخدام. وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

يستخدم التلاميذ في هذه المرحلة العمرية شبكات التواصل الاجتماعي الثلاث بنسبة (64%)، وكانت استخداماتهم لهذه الشبكات استخدامات معتدلة؛ بحيث أن (44.3%) من التلاميذ يستخدمونها من "ساعتين إلى أربع ساعات" يومياً. أما من يستخدمونها بخبرة "عالية" فكانت نستبهم (64.3%). احتلت شبكة "الفيس بوك" المرتبة الأولى من بين استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي الثلاث؛ بحيث كانت نسب الاستخدام الأعلى لهذه الشبكة لدى التلاميذ وتلاميذ الصف العاشر، وتلاميذ المدارس الحكومية، والتلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان. تلتها شبكة "الوتس آب" في المرتبة الثانية؛ بحيث كانت نسب الاستخدام الأعلى لدى التلميذات، وتلاميذ الصف العاشر، وتلاميذ المدارس الخاصة، والتلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان. وأخيراً جاءت شبكة "الانستجرام" في المرتبة الثالثة؛ بحيث كانت نسب الاستخدام الأعلى لدى التلميذات، وتلاميذ الصف التاسع، وتلاميذ المدارس الخاصة، والتلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان.

احتله المتوسط العام لمحور دوافع استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي الدرجة "المرتفعة"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.38) بانحراف معياري (.29). كما احتله المتوسط العام لمحور إشباع الحاجات الدرجة "المرتفعه"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.26) بانحراف معياري (.31). بينما احتله المتوسط العام لمحور نتائج الاستخدام الدرجة "المتوسطه"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.20) بانحراف معياري (.32).

وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس ولصالح الذكور، ولمتغير عدد ساعات استخدام الشبكات ولصالح التلاميذ الذين يستخدمونها "أكثر من أربع ساعات" يومياً؛ أي أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تحققت دوافعهم المرجوة. ووجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير الخبرة في الاستخدام ولصالح التلاميذ الذين يستخدمونها بخبرة "عالية" ولمتغير طبيعة علاقة التلاميذ بأسرته لصالح التلاميذ الذين تربطهم بأسرهم علاقة قوية؛ إذ إنه كلما زادت خبرة التلاميذ باستخدام هذه الشبكات، وكانت علاقتهم بأسرهم قوية، زاد ذلك من إشباعها لحاجاتهم المختلفة. ووجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى للمتغيرات الآتية: (الجنس لصالح الذكور، عدد ساعات استخدام الشبكات لصالح التلاميذ الذين يستخدمونها "أكثر من أربع ساعات" يومياً، طبيعة علاقة التلميذ بأسرته لصالح التلاميذ الذين تربطهم بأسرهم علاقة ضعيفة، والتحصيل المدرسي لصالح التلاميذ الذين تتراوح معدلاتهم بين (50-59)؛ أي أن استخدام التلاميذ الذكور لشبكات التواصل الاجتماعي لفترة زمنية طويلة، وغياب الرعاية الأبوية، وتدني التحصيل المدرسي، يزيد من النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لهذه الشبكات.

وبناءً على هذه النتائج تم تقديم مجموعة من التوصيات أهمها: زيادة الوعي بالدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة من وسائل إشباع الحاجات وتحقيق الدوافع لدى التلاميذ. زيادة الوعي بالإيجابات والسلبيات الناتجة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والعمل على الاستفادة من خداماتها الإيجابية، وذلك من خلال إجراء حملات توعية لمختلف المستويات المجتمعية والأسرية والفردية. الإعتماد على الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية من خلال تدريب المعلمين على استخدامها، بغية تطوير مهارات البحث والإستشكاف والمشاركة لدى التلاميذ.

الكلمات الدالة: شبكات التواصل الاجتماعي، تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية، دوافع الاستخدام، إشباع الحاجات، نتائج الاستخدام.

الفصل الأول

مدخل إلى الدراسة

الفصل الأول

مدخل إلى الدراسة

1-1 مقدمة

شهد التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت تطورات هامة خلال فترة التسعينيات من القرن العشرين؛ بحيث أسهمت هذه التطورات بإحداث تغيرات وتحولات جذرية في كافة مجالات الحياة الإنسانية. وأصبحت شبكة "الإنترنت" بوصفها وسيلة تواصل تفاعلي جزءاً من الحياة اليومية للملايين من البشر. وقد صاحب هذا التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال والإنترنت ظهور بعض المفاهيم الأساسية التي لاقت اهتماماً واسعاً من قبل الكثير من الباحثين، وذلك بهدف توضيح دورها الأساسي في هذا التطور والتقدم السريع. ومن أهمها مصطلح المجتمع الإفتراضي "Virtual Community" والذي لاقى انتشاراً واسعاً ليس على المستوى الأكاديمي فقط، بل ولدى معظم مستخدمي شبكة "الإنترنت". ويرجع المفهوم إلى هاوارد رينجولد" H. Rheingold" الذى وضع الكتاب الرائد فى هذا السياق بعنوان المجتمع الإفتراضي، والذي عرف المجتمع الإفتراضي بأنه: "تجمعات اجتماعية تشكلت من أفراد في أماكن متفرقة في أنحاء العالم، يتقاربون ويتواصلون فيما بينهم عبر شاشات الكمبيوتر والبريد الإلكتروني. يجمع بين هؤلاء الأفراد اهتمام مشترك ويحدث بينهم ما يحدث في عالم الواقع من تفاعلات، ولكن ذلك كله يحدث عن بعد من خلال آلية اتصالية هي الإنترنت، التي بدورها تسهم في حركات التشكل الافتراضية" (Rheingold, 1993, P:64). كما وعرفه علي (2003) بأنه "فضاء جديد تقطنه الجماعات، تمارس فيه الصفقات وتقام فيه المؤسسات والمتاحف. تنقل فيه المعلومات بسرعة فائقة، ليس هناك سلطة مركزية تحكمه أو جهة رقابية تراجعه، بل مجرد لجان أو مجموعات غير حكومية" (ص: 254).

ويوفر هذا المجتمع الافتراضي الإطار والحيز المناسب لنمو وظهور شبكات التواصل الاجتماعي والتي أسهمت بدورها في زيادة الإقبال على استخدام شبكة "الإنترنت"؛ حيث بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العالم حوالي (2.5) مليار، أي ما نسبته (35%) من مجموع سكان العالم البالغ (7) مليار نسمة؛ بحيث يتمركز أكبر عدد من المستخدمين للإنترنت في القارة الآسيوية بسبب كثرة عدد سكانها تلتها قارة أوروبا ثم قارة أمريكا الشمالية ثم أمريكا اللاتينية ثم قارة إفريقيا ثم الشرق الأوسط وأخيراً استراليا.

وبالنسبة لاستخدام الإنترنت بالدول العربية فهو يحدد بحوالي (106) مليون مستخدم عربي، هذه النسبة مازالت تعتبر متواضعه وسط الاستخدام العالمي للإنترنت (أسهل الطرق والتقنيات للتعامل مع الإنترنت، 2014). في حين يشير تقرير العالم العربي على الإنترنت 2014م: توجهات استخدام الإنترنت والهاتف المحمول في المنطقة العربية، يشير إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت حالياً يوشك على تخطي عتبة (3) مليارات مستخدم، ويقترب العالم في الوقت نفسه من بلوغ عتبة (7) مليارات اشتراك في الهاتف الجدوال؛ ويعادل هذا الرقم عدد سكان كوكب الأرض تقريباً. في حين لا تزيد نسبة مستخدمي الإنترنت العرب حالياً عن (0.5%) من عدد مستخدمي الإنترنت في العالم؛ إلا أن عددهم يتزايد بأسرع من المعدل الوسطي، بحدود (20%) سنوياً، ومعدل انتشار الإنترنت في المنطقة العربية إجمالاً يبلغ (36%)، بالمقابل يتصل نحو (40%) من سكان العالم بالإنترنت (مركز نماء للبحوث والدراسات، 2014).

وهذا يقودنا إلى أن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي زاد عدد المستخدمين للإنترنت، بهدف الإفادة من خدماتها؛ واستمرت الزيادة في أعداد المستخدمين بالارتفاع، خاصة مع ظهور شبكة "الفيس بوك" (Face book) التي أتاحت إمكانية واسعة للتواصل والتفاعل وتبادل المعلومات والآراء والأفكار...الخ. إلا أن زيادة التقدم في صناعة تقنيات ووسائل الاتصال أسهمت بصورة واسعة في زيادة الإقبال على استخدام الإنترنت، بما وفرته من تسهيلات وإمكانيات، أتاحت الفرصة أمام كافة شرائح المجتمع وفئاته العمرية، للاستفادة من الخدمات والمميزات التي توفرها هذه الشبكة، خاصة مساهمتها المهمة بظهور شبكات التواصل الاجتماعي الجديدة كـ "الوتس آب (Whats App)، والانستجرام (Instagram)" والتي أسهمت بدورها في زيادة التواصل والتفاعل بين الأفراد في مختلف أنحاء العالم.

ونتيجة لهذه التطورات المتسارعة التي تشهدها شبكات التواصل الاجتماعي، ونتيجة لتأثيرها المتزايد في حياة الأفراد الخاصة وبينة المجتمعات وثقافتها وقيمها وعاداتها وتقاليدها... الخ، بدأت الدراسات والبحوث التي تُعني بشؤون الاتصال والإعلام وعلم الاجتماع، وغيرها من العلوم الاجتماعية ذات الصلة، بدأت توجّه اهتمامها نحو دراسة وتحليل العلاقة القائمة بين الأفراد (المستخدمين) ووسائل الإعلام الحديثة، والهدف من استخدام هذه الوسائل، وأسباب ودوافع الاستخدام، بالإضافة إلى نتائج هذا الاستخدام والآثار المترتبة عليه.

2-1 مشكلة الدراسة

لعله من المعلوم أن استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي لم تعد حكراً على فئة اجتماعية دون سواها، فمن الملاحظ في الآونة الأخيرة إقبال الأطفال على استخدام هذه الشبكات كوسيلة من وسائل إشباع الحاجات وتحقيق الدوافع، بشكلٍ يوازي أو ينافس الوسائل القديمة المتمثلة بالأسرة من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، والمدرسة بوصفها الأداة التنفيذية للنظام التعليمي. إلا أنه من اللافت للنظر أن معظم الدراسات كانت معنية بفئة الشباب؛ إذ أن استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي هي التي استحوذت على اهتمامات الباحثين في العلوم الاجتماعية، رغم أهمية فئة الأطفال وخاصة من هم في المرحلة التعليمية الأساسية، بوصفها مرحلة انتقالية تمتد تأثيراتها المستقبلية لتشمل كافة المجالات والقطاعات المختلفة في المجتمع. وربما ترجع أهمية دراسة الأطفال في هذه المرحلة التعليمية في المجتمع الأردني بشكلٍ خاص إلى أنها تشكل ما نسبته (81.9%) من تلاميذ المجتمع الأردني، أي أنها تشكل الجزء الأكبر من التلاميذ في المجتمع الأردني، بالإضافة إلى اختلاف دوافع استخدامات هذه الفئة العمرية لشبكات التواصل الاجتماعي.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتلقي الضوء على مدى إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات تلاميذ المرحلة الأساسية، ومدى تحقيقها لدوافعهم والنتائج المترتبة عن استخدامهم لهذه الشبكات، وتم التركيز على ثلاث شبكات أساسية واسعة الانتشار في المجتمعات بشكل عام بما فيها المجتمع الأردني، وهي شبكة "الفيس بوك" وشبكة "الوتس آب" وشبكة "الانستجرام".

3-1 أهمية الدراسة ومبرراتها

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله وهو **"إشباعات مواقع التواصل الاجتماعي لحاجات تلاميذ المرحلة الأساسية في المدارس الخاصة والحكومية في الأردن"**، فهناك ندرة بالدراسات الاجتماعية حول موضوع إشباع الحاجات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي على الرغم من أنها أصبحت وسيلة أساسية من وسائل إشباع الحاجات المختلفة. كما وتكمن أهمية هذه الدراسة من خلال النقاط الآتية:

1. تناولها لفئة عمرية مهمة في المجتمع، لم تولِها الدراسات الاجتماعية عناية خاصة وهي فئة الأطفال في المرحلة الأساسية من التعليم؛ علماً بأن هناك زخماً كبيراً من الدراسات على فئة الشباب، بينما لم تحظ فئة الأطفال بهذا الاهتمام رغم أهمية هذه الفئة العمرية.

2. حجم عينة الدراسة البالغ (644) تلميذا وتلميذة يضفي أهمية كبيرة على هذه الدراسة، وذلك من خلال إمكانية تعميم النتائج التي توصلت إليها على مجتمع الدراسة وعلى المجتمعات المماثلة.
3. حداثة وسائل شبكات التواصل الاجتماعي المدروسة وخاصة شبكة "الوتس آب" وشبكة "الانستجرام"؛ حيث أصبحت هاتين الشبكتين تتنافسان مع شبكة "الفيس بوك" على الرغم من الفارق الزمني بين ظهور كل من الشبكات الثلاث.

فإلى أي مدى يستخدم الأطفال في هذه المرحلة التعليمية هذا النوع من التواصل التفاعلي؟ وإلى أي حد ينتشر بينهم؟ وهل يشكل هذا النمط من التواصل الجديد عبر الوسائط إلكترونية تهديداً للنمط التقليدي المسمى: التواصل الشخصي – الوجاهي (Face – To – Face Communcation)، إن معرفة ذلك هو المسوغ العلمي للقيام بهذه الدراسة.

4-1 أهداف الدراسة

تتمثل الأهداف الرئيسية لهذه الدراسة بما يلي:

1. التعرف إلى مدى استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام".
2. التعرف إلى دوافع استخدام التلاميذ في المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي.
3. معرفة الحاجات التي تشبعها وتلبيها شبكات التواصل الاجتماعي لتلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية.
4. تحديد نتائج استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية.
5. معرفة الفروق في دوافع استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي، تعزى للمتغيرات الآتية: "الجنس، العمر، الصف، منطقة السكن، نوع المدرسة، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، علاقة التلميذ بالأسرة، عدد أفراد الأسرة، المصروف اليومي للتلميذ، التحصيل المدرسي".
6. معرفة الفروق في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ في المرحلة التعليمية الأساسية، تعزى للمتغيرات الآتية: "الجنس، العمر، الصف، منطقة السكن، نوع المدرسة، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، علاقة التلميذ بالأسرة، عدد أفراد الأسرة، المصروف اليومي للتلميذ، التحصيل المدرسي".

7.معرفة الفروق في النتائج المترتبة عن استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي، تعزى للمتغيرات الآتية: "الجنس، العمر، الصف، منطقة السكن، نوع المدرسة، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، علاقة التلميذ بالأسرة، عدد أفراد الأسرة، المصروف اليومي للتلميذ، التحصيل المدرسي".

5-1 تساؤلات الدراسة

تجيب هذه الدراسة عن التساؤلات الآتية:

1. ما مدى استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام)؟
2. ما دوافع استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي؟
3. ما الحاجات التي تشبعها وتلبيها شبكات التواصل الاجتماعي لتلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية؟
4. ما نتائج استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية؟
5. ما الفروق في دوافع استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي، تعزى للمتغيرات الآتية: "الجنس، العمر، الصف، منطقة السكن، نوع المدرسة، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، علاقة التلميذ بالأسرة، عدد أفراد الأسرة، المصروف اليومي للتلميذ، التحصيل المدرسي"؟
6. ما الفروق في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ في المرحلة التعليمية الأساسية، تعزى للمتغيرات الآتية: "الجنس، العمر، الصف، منطقة السكن، نوع المدرسة، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، علاقة التلميذ بالأسرة، عدد أفراد الأسرة، المصروف اليومي للتلميذ، التحصيل المدرسي"؟
7. ما الفروق في النتائج المترتبة عن استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي، تعزى للمتغيرات الآتية: "الجنس، العمر، الصف، منطقة السكن، نوع المدرسة، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، علاقة التلميذ بالأسرة، عدد أفراد الأسرة، المصروف اليومي للتلميذ، التحصيل المدرسي"؟

6-1 الدراسات السابقة

تبدو الدراسات التي لها علاقة مباشرة بموضوع هذه الدراسة، شحيحة نادرة، في حدود علم الباحثة، ومع ذلك تم استعرض ما أمكنها الوصول إليه من الدراسات ذات الصلة القريبة لموضوع هذه الدراسة:

الدراسات العربية

تزايدت في الآونة الأخيرة الدراسات العربية حول موضوع استخدامات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؛ فمن أهم هذه الدراسات:

دراسة الناطور عام (2001) حول **"استخدام الإنترنت وعلاقته مع كل من التحصيل الأكاديمي والتفاعل الاجتماعي وعادات الدراسة لدى عينة من الطلبة الجامعيين"**، هدفت هذه الدراسة التعرف إلى علاقة استخدام الإنترنت بكل من التحصيل الأكاديمي والتفاعل الاجتماعي وعادات الدراسة لدى عينة من الطلبة الجامعيين. تكونت عينة الدراسة من (200) طالب وطالبة من طلبة جامعتي اليرموك والعلوم والتكنولوجيا ممن يتوافدون إلى مقاهي الإنترنت في شارع الجامعة. استخدمت الباحثة في هذه الدراسة أداة من إعدادها (استبانة) تكونت من جزأين؛ الجزء الأول لقياس التفاعل الاجتماعي واشتمل على أربع عشرة فقرة، والثاني لقياس عادات الدراسة وتضمن إحدى عشرة فقرة.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التحصيل الأكاديمي لأفراد العينة تعزى لعدد ساعات استخدامهم للإنترنت أو لفترة الاستخدام أو التفاعل بينهما، بينما أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التفاعل الاجتماعي لأفراد العينة تعزى لعدد ساعات استخدامهم للإنترنت، إذ إنه كلما زاد عدد ساعات استخدام أفراد العينة للإنترنت زاد التفاعل الاجتماعي لديهم. كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في عادات الدراسة لدى أفراد العينة تعزى لعدد ساعات استخدامهم للإنترنت، إذ إنه كلما زاد عدد ساعات استخدام أفراد العينة للإنترنت أصبحت لديهم عادات دراسية أفضل. وتمت مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة، وتم تقديم عدد من التوصيات أهمها استخدام الإنترنت في المدارس والجامعات كأداة تعليمية من خلال إدماجها في الأنشطة التعليمية لإكساب الطلاب عادات دراسية أفضل، ولإثراء المادة الدراسية، والارتقاء بالعملية التعليمية.

أما الغميض عام (2003) فقام بدراسة **"استخدام الإنترنت كمصدر للتعلم لعينة من الطلبة المستخدمين له في جامعتي اليرموك والعلوم والتكنولوجيا الأردنية"**، هدفت هذه الدراسة التعرف إلى درجة استخدام الإنترنت كمصدر للتعلم من قبل طلبة جامعتي اليرموك والعلوم والتكنولوجيا الأردنية. وقد تكونت عينة الدراسة من (341) طالباً وطالبة تم اختيارهم بشكل قصدي من بين مستخدمي الإنترنت في جامعتي اليرموك والعلوم والتكنولوجيا الأردنية، وزعت عليهم استبانة مكونه من (72) فقرة. وقد اختبرت الدراسة في ضوء مجموعة من المتغيرات (الجامعة، الجنس، السنة الدراسية، لغة الدراسة، ومكان الاستخدام). كلاً من: درجة استخدام شبكة "الإنترنت" كمصدر للتعلم، ودرجة استخدامها للغايات العامة، ودرجة استخدام تطبيقاتها المختلفة، وطرق الحصول على المعلومات منها، ودرجة فاعليتها، والمعيقات التي تواجه مُستخدميها. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن درجة استخدام شبكة "الإنترنت" كمصدر للتعلم، واستخدامها للغايات العامة كانت "متوسطة"، كما أن درجة استخدام تطبيقات الإنترنت المختلفة كانت "قليلة". ودرجة فاعلية الإنترنت كمصدر للتعلم ودرجة تأثير المعيقات كانت "متوسطة". وأظهرت النتائج أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الإنترنت كمصدر للتعلم تعزى لمتغير لغة الدراسة، ولصالح الطلبة الذين يدرسون باللغة الإنجليزية. كما وجدت فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الإنترنت للغايات العامة تُعزى لمتغير الجنس ولصالح الذكور. ووجدت فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير درجة فاعلية الإنترنت تُعزى لمتغير لغة الدراسة ولصالح من يدرسون باللغة الإنجليزية والعربية معاً بالإضافة إلى اللغة الإنجليزية. وقد أوصى الباحث بضرورة توظيف الإنترنت كمصدر مساعد في العملية التعليمية.

أما الدراسة التي أجراها الشامي عام (2004) فتناولت **"استخدام الشباب الجامعي اليمني للإنترنت دراسة مسحية"**، هدفت الدراسة التعرف إلى أسباب استخدام الشباب الجامعي في اليمن للإنترنت، وقد تكونت عينة الدراسة من (400) من الشباب الجامعي، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: استخدام شبكة "الإنترنت" من قبل أفراد العينة كان بدافع الحصول على المعلومات، واستخدام البريد الإلكتروني، ثم قراءة الصحف والمجلات. أما فيما يتعلق بإتجاهاتهم نحو منافع استخدام الإنترنت؛ فقد اتسمت بالإيجابية، وبخاصة ما يتعلق بكونها من أهم الوسائل المساعدة في إنجاز الأبحاث العلمية، ووسيلة للتواصل مع العالم الخارجي، ووسيلة ثقافية لإجراء حوارات عالمية، ووسيلة لمعرفة أهم ما يحدث في العالم.

في حين قدم منصور في العام نفسه (2004) دراسة بعنوان: **"استخدام الإنترنت ودوافعها لدى طلبة جامعة البحرين"**، هدفت الدراسة إلى الكشف عن دوافع استخدام الإنترنت لدى عينة من طلبة جامعة البحرين. وقد تكونت عينة الدراسة من (330) طالباً وطالبة من طلبة جامعة البحرين، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج هو أن (84.3%) من المبحوثين يستخدمون خدمة البريد الإلكتروني في المرتبة الأولى، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في كل مجالات دوافع استخدام الإنترنت تعزى لمتغير النوع الاجتماعي والعمر، ووجود فروق دالة احصائياً في مجال الاندماج الاجتماعي والشخصي تعزى لمتغير مدة استخدام الإنترنت لصالح مستخدمي الإنترنت "أكثر من ثلاث ساعات" يومياً.

أما ساري؛ فقد قدم عام (2007) دراسة بعنوان: **"التحادث عبر الإنترنت: دراسة في الأبعاد النفسية والاجتماعية من منظور التفاعلية الرمزية"**، هدفت الدراسة إلى معرفة كيف يسلك الفرد ويتصرف في الموقف الاتصالي داخل غرف المحادثة (Chat Rooms) باعتبارها تشكل موقفا اتصاليا يتيح له فرصة الاتصال مع الآخرين عبر الإنترنت. كما أنها ترمي أيضا إلى معرفة الدور الذي تظهره عواطف الفرد في تلطيف (Moderate) سلوكه وتصرفاته غير اللائقة اجتماعيا، بحق أؤلئك الذين يتصل معهم عبر الإنترنت. وقد تكونت العينة من (694) مستخدما ومستخدمة تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وقد اتضح بعد جمع المعلومات وتفريغ البيانات أن عدد الذكور بلغ (445) مستخدماً، وعدد الإناث (249) مستخدمة. وقد استخدم الباحث استبانة تقيس أهداف الدراسة وتجيب عن تساؤلاتها.

ولقد بينت نتائج الدراسة أن الفرد في الموقف الاتصالي في غرف المحادثة يتمتع بحرية كبيرة ويشعر براحة من نوع خاص حين يقدم نفسه للآخرين الذين يتصل بهم عبر الإنترنت، بسبب غياب الضغوطات النفسية والقيود الاجتماعية التي يمتثل لها عادة في مواقف التفاعل المباشر. ومن النتائج الأخرى التي توصلت إليها الدراسة، تلك المتعلقة بالدور الذي أظهرته العواطف والمشاعر في الحد من سلوك الأفراد وتصرفاتهم في غرف المحادثة؛ إذ تبيّن أن هذه العواطف عملت إلى حد كبير على الحد من بعض التصرفات غير اللائقة أو المقبولة اجتماعيا، سواء بنظرهم ـ لأنها سببت لهم حرجا وخجلا من النفس ـ أو بنظر الآخرين ـ نتيجة تأنيب الضمير الذي انتابهم بسبب ما أحدثته هذه الأفعال من أذى لمشاعر هؤلاء الآخرين ـ؛ فقد دفعت هذه المشاعر إلى إعادة النظر في تصرفاتهم المؤذية والجارحة لمشاعر الآخرين وبالتالي لمشاعرهم هم أنفسهم.

وفي ضوء النتائج السابقة توصي الدراسة بإجراء دراسات أخرى في المجتمع العربي على سلوك الشباب في غرف الإنترنت، لمعرفة مدى التغير الذي أدخلته هذه الوسيلة الاتصالية على الاتصال الإنساني. كما توصي الدراسة أيضا بأخذ الباحثين الاجتماعيين متغيرات أخرى غير التي أخذتها هذه الدراسة، من أجل الوقوف بشكل دقيق على طبيعة التغيرات التي أحدثها الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي.

وقدم المجالي عام (2007) دراسة بعنوان: **"استخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب الجامعي"**؛ هدفت الدراسة إلى تحليل واقع ظاهرة استخدام الإنترنت من حيث إبراز التأثيرات الاجتماعية المترتبة عن استخدامه على فئة الشباب الجامعي، من وجهة نظر عينة من المبحوثين، والكشف عن أهم الخصائص العامة لسلوك مستخدمي الإنترنت وتأثيراته على علاقاتهم الاجتماعية. وقد تكونت عينة الدراسة من (325) مبحوثاً ومبحوثة من طلبة جامعة مؤته وذلك من خلال اجراء استطلاع للآراء. وقد اعتمد الباحث على منهج المسح الاجتماعي وأداة الاستبانة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية يزداد في حالة استخدام الطالب للإنترنت بمفرده، في حين يتناقص هذا الأثر في حال قضاء الطلبة وقتهم أمام الإنترنت بمشاركة الآخرين، وكذلك تبين أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام الإنترنت ارتفع أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية. كما بينت الدراسة أنه كلما ارتفع المستوى الدراسي لدى الطلبة انخفض أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية، وكذلك الحال بالنسبة للتوزيع العمري؛ حيث أنه كلما ازداد العمر انخفض أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية، وفيما يتعلق بمستوى الدخول الشهرية لأسر الطلبة، فقد بينت نتائج الدراسة أنه كلما ارتفع الدخل الشهري لأسر الطلبة انخفض أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية لديهم.

أما ساري؛ فقد تناول موضوع تأثيرات الاتصال عبر الإنترنت عام (2008) من زاوية أخرى؛ إذ اهتم بدراسة **"تأثير الاتصال عبر الإنترنت على العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري)"**، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثيرات الاتصال عبر الإنترنت في العلاقات الاجتماعية في المجتمع القطري. تكونت عينة الدراسة من (471) فرداً من دولة قطر تم اختيارهم بطريقة عشوائية، ووزعت عليهم استبانة تتألف من (21) سؤالا. أما متغيرات الدراسة فهي (الجنس والعمر والمستوى التعليمي والوضع المهني والحالة الاجتماعية وعدد ساعات استخدام الإنترنت في اليوم، فضلاً عن سنوات الخبرة في الإستخدام). وقد توصلت الدراسة إلى أن أفراد العينة من كلا الجنسين يستخدمون الإنترنت في حياتهم اليومية بنسب متفاوتة، لكن تأثير الإنترنت في الإناث كان أكثر من تأثيره في الذكور.

كما تبين أيضا أن لمتغيري التعليم وعدد ساعات الاستخدام أثراً في هذا التُأثير؛ وتبين أيضا أن الاتصال عبر الإنترنت ترك تأثيرا في اتصال أفراد العينة الشخصي المباشر مع أسرهم بنسبة (44,4%)، وتأثيرا في اتصالهم بأصدقائهم ومعارفهم بنسبة (43%). كما تبين أن هناك قدرة للاتصال عبر الإنترنت، على تكوين علاقات عاطفية قوية جعلت ما نسبته (28,8%) منهم لا يمانع فكرة الزواج عبر الإنترنت. وتوصلت الدراسة أيضاً إلى وجود تأثير للإنترنت في نسق التفاعل الاجتماعي بين أفراد العينة وبين أقاربهم، تمثل في تراجع عدد زياراتهم لأقاربهم بنسبة (44,7%) وتراجع في نشاطاتهم الاجتماعية بنسبة (43,9%). ومن النتائج الأخرى التي توصلت إليها الدراسة قدرة الإنترنت على توسيع شبكة العلاقات الاجتماعية لأفراد العينة بنسبة تصل إلى (64,5%)، وعلى شعور ما نسبته (40,3%) منهم بالاغتراب عن مجتمعه المحلي.

أما دراسة نمر عام (2008) فكانت حول **"الأبعاد التعليمية والاجتماعية والاقتصادية لإستخدام الإنترنت من وجهة نظر معلمي وآباء وطلبة المرحلة الثانوية في منطقتين جغرافيتين مختلفتين من الأردن"،** هدفت هذه الدراسة إلى تقصي تلك الأبعاد في ضوء متغير المنطقة الجغرافية. وقد تكونت عينة الدراسة من (252) معلماً، و(546) من أولياء الأمور، و(642) طالباً وطالبة من طلبة المرحلة الثانوية في منطقتي الصويفية والرصيفة؛ حيث تم استخدام الأسلوب المسحي من خلال توزيع استبانة على عينة الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى أن استخدام الإنترنت له آثار إيجابية: منها تعليمية تتمثل في إطلاع الآباء على نتائج أبنائهم ومتابعتهم، وإثراء الحصيلة المعرفية للطلبة، وآثار اجتماعية تتمثل في التعرف إلى الثقافات المختلفة وتنمية الثقافة الاجتماعية، ومنها اقتصادية تتمثل بتسهيل عملية الشراء والتسوق. كما وأظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير المنطقة الجغرافية.

وأجرت الحمصي عام (2010) دراسة بعنوان: **"إدمان الانترنت عند الشباب وعلاقته بمهارات التواصل الاجتماعي"،** هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على ظاهرة الإدمان على الإنترنت وعلاقتها بمهارات التواصل الاجتماعي ومعرفة الفروق في الإدمان على الانترنت تبعا للمتغيرات التالية (الجنس، الوضع الاقتصادي، التخصص العلمي). وقد تكونت العينة من (150) طالبا وطالبة من جامعة دمشق (36) إناث و(114) ذكور من تخصصات علمية متعددة وأوضاع اقتصادية مختلفة، اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وكانت أدوات الدراسة عبارة عن مقياس لإدمان الإنترنت ومقياس العلاقات الاجتماعية.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين الإدمان على الإنترنت ومهارات التواصل الاجتماعي، فالجلوس فترات طويلة لاستخدام الإنترنت تجعل الفرد يخصص وقتا أقل للنشاطات الأخرى. كما توصلت إلى أن الإناث يتعلقن باستخدام الإنترنت أكثر من الذكور، ويعود ذلك إلى طبيعة التنشئة الاجتماعية للإناث في مجتمعاتنا. بالإضافة إلى ذلك؛ فقد بينت هذه الدراسة عدم وجود فروق دالة إحصائيا في الإدمان على الإنترنت مع تغير واختلاف الوضع الاقتصادي للأفراد وهذا يعود لتكلفة استخدام الإنترنت المتيسرة للجميع.

وأجرى العزب والغامدي عام (1432هـ/2011م) دراسة بعنوان: **"المحادثة عبر شبكة المعلومات (أنماطها ودوافعها وآثارها) دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك عبد العزيز"**، هدفت الدراسة التعرف إلى الأنماط والدوافع والآثار المترتبة على استخدام غرف الدردشة عبر شبكة المعلومات وعلاقتها بمتغيرات (العمر والمعدل الدراسي والدخل). وقد تكونت عينة الدراسة من (٤٧٤) طالبا وطالبة من مختلف الكليات العلمية والنظرية في جامعة الملك عبد العزيز بجده، وتم الاعتماد على منهج المسح الاجتماعي وعلى الاستبانة لجمع البيانات. توصلت الدراسة إلى أن غرف الدردشة هي أحد الأساليب الفعالة للتواصل الاجتماعي، ومدة استخدامها تتراوح من "ساعة إلى أقل من ٣ ساعات" يومياً لدى الجنسين، وفترة المساء هي الوقت المفضل للاستخدام. الدافع الأعلى لاستخدام غرف الدردشة من قبل أفراد العينة كان التسلية وقضاء وقت الفراغ بالنسبة للجنسين، فقد بلغت (46.7%) للتسلية و(٣٩%) لقضاء وقت الفراغ لدى الذكور، في حين سبق قضاء وقت الفراغ التسلية لدى الإناث؛ فقد بلغت النسب على التوالي (18.2%)، (15.2%). أن غالبية المستخدمين تربطهم علاقات متوسطة واهتمامات مشتركة مع الأصدقاء عبر غرف الدردشة، وغالبيتهم يضطرون إلى عدم قول الحقيقة ولديهم اتجاه نحو الجرأة في الحوارات مع الجنس الآخر. كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية سالبة بين العمر ومعظم أبعاد أنماط الاستخدام مثل معدل استخدام غرف الدردشة، وملكية جهاز حاسوب خاص مما يشير إلى الانخفاض على معظم أبعاد الاستخدام بزيادة المرحلة العمرية للطلاب.

في حين قام أبو صعيليك عام (2012) بإعداد دراسة حول **"أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن، ودورها المقترح في تنمية الشخصية المتوازنة لديهم"**؛ هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن، ودورها المقترح في تنمية الشخصية المتوازنة لديهم.

تكوّن مجتمع الدراسة من (75923) طالباً وطالبة من طلبة البكالوريوس في الجامعة الأردنية وجامعة اليرموك وجامعة مؤتة في العام الدراسي (2012/2011)، وقد اتّبعت الدّراسة المنهج الوصفي التحليلي التطويري. واستخدمت استبانة معدّة لذلك ومقابلات شخصية. تكوّنت عينة الدراسة من (1135) طالباً وطالبة، اختيروا بطريقة العينة العشوائية الطبقية، في حين تكونّت عينة المقابلة من (40) طالباً وطالبة من الناشطين في استخدام تلك الشبكات، من الجامعات الثلاث اختيروا بطريقة قصدية. أظهرت نتائج الدّراسة أنّ أثر تلك الشبكات على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن في كل من البعد المعرفي والوجداني والسلوكي جاء في المستوى المتوسط، ولم تظهر الدراسة فروقاً ذات دلالة إحصائية في أثرها على البعدين المعرفي والوجداني تعزى إلى الجنس، في حين أظهرت فروقاً في آثرها على البعد السلوكي لصالح الذّكور. كما أظهرت أن زيادة عدد أيام وساعات الاستخدام وعدد الأصدقاء على تلك الشبكات يزيد من تأثيرها على اتجاهاتهم. وبيّنت النتائج أنّ أهمّ آثارها الإيجابية تعميق العلاقات الاجتماعية القائمة مع الأصدقاء والمعارف ممن لديهم حسابات على تلك الشبكات، وتعزيز معلومات ومعارف الطلبة العامة، وإزالة الحواجز النفسية والاجتماعية بين الجنسين، وأنّ أهمّ آثارها السّلبية الإدمان على تلك الشبكات والتأخر الدراسي والأكاديمي، وتعزيز التعصب العشائري أو الإقليمي أو العرقي.

وفي ضوء نتائج الدّراسة تم وضع تصوّر مقترح لدورها في تنمية الشخصية المتوازنة لدى طلبة الجامعات، ضمّ الجوانب المعرفية والثقافية والنفسية والاجتماعية والسلوكية. وأوصت الدراسة بالإفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الشخصية المتوازنة لدى طلبة الجامعات، من خلال إنشاء الصّفحات والحسابات والمجموعات على تلك الشّبكات، في إطار تربوي منظّم، والإفادة منها في البحث العلمي واتّخاذ القرارات، واستثمارها كوسائط فعّلة للتوعية.

وفي العام نفسه أجرت الشهري (1434هـ/ 2012م) دراسة بعنوان: **"أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر" نموذجا – دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة"**، وهدفت هذه الدراسة التعرف إلى الأسباب التي تدفع إلى الاشتراك في موقعي "الفيس بوك وتويتر" والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع. تكونت عينة الدراسة من (١٥٠) طالبة تم اختيارهن بطريقة قصدية؛ حيث تم تطبيق البحث في جامعة الملك عبد العزيز، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت أداة الاستبانة لجمع البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن من أقوى الأسباب التي تدفع الطالبات إلى استخدام هذه الشبكات هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها صراحة في المجتمع. وأشارت النتائج كذلك إلى أن الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة، والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً. كما تبين أيضاً أن لاستخدام "الفيس بوك وتويتر" العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية. وتشير النتائج –أيضاً – إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات، كما توجد علاقة ارتباطية موجبة بين متغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات، في حين أثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات. وخلصت الدراسة إلى وضع مجموعة من التوصيات منها: تنظيم دورات لتوعية الفتيات على حسن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك العمل على توظيف تكنولوجيا الاتصالات الحديثة في عملية التعليم الأكاديمي.

وقدمت نومار في العام نفسه (2012) دراسة حول **"استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية – دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر"**، هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع "الفيس بوك" في الجزائر، ولقد تم الاعتماد على أداة الاستبانة لجمع البيانات من المبحوثين؛ حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاثة محاور: المحور الأول عادات وأنماط استخدام موقع "الفيس بوك" لدى الجزائريين، والثاني الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام "الفيس بوك"، أما المحور الثالث فتم الاعتماد فيه على مقياس "ليكرت" في محاولة لاستكشاف أثر استخدام "الفيس بوك" في العلاقات الاجتماعية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين "أكثر من ثلاث ساعات" في استخدام "الفيس بوك"، ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات والدردشة بالدرجة الأولى. يستخدم أغلب أفراد العينة موقع "الفيس بوك" بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف.

وقد بينت النتائج وجود فروقاً ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث؛ حيث انعدمت هذه الفروق مرتين، الأولى فيما يتعلق بعدد مرات تصفح موقع "الفيس بوك" في اليوم، والثانية في أسباب استخدام الهوية المستعارة، في حين اتخذت الفروق دلالة إحصائية (16) مرة في عادات وأنماط الأستخدام وكذا الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام كل من الذكور والإناث لشبكة "الفيس بوك"، وتبين أيضا أن المبحوثين الأكبر سناً يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع "الفيس بوك".

كما وبينت النتائج أيضاً أن شبكة "الفيس بوك" تلبي للمبحوثين العديد من الحاجات تتقدمها حاجة التواصل والتفاعل مع الآخرين بنسبة تصل إلى (38.91%) يليها التنفيس والتعبير بكل حرية وإشباع الفضول والحصول على معلومات بنسبة (26.35%)، ثم الهروب من الواقع بنسبة (8.37%). هذا بالإضافة إلى أنها أسهمت في ربط أفراد العينة بعلاقات صداقة وذلك بنسبة بلغت (73.86%)، وربطهم بعلاقات مع الجنس الآخر بنسبة بلغت (15.90%)، ثم إيجاد حلول لمشاكلهم الاجتماعية بنسبة بلغت (10.22%). وأخيراً أسفرت الدراسة عن أن استخدام هذا الموقع يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم كما يؤدي إلى الإنسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

أما أبو شعبان فأجرى عام (2013) دراسة حول **"تصميم مدونة الكترونية وصفحة تعليمية على موقع "الفيس بوك" وأثرهما على التحصيل لدى طلاب الصف العاشر الأساسي في مبحث التكنولوجيا واتجاهاتهم نحوها"**، هدفت هذه الدراسة إلى تصميم مدونة إلكترونية من خلال موقع "بلوجر" وصفحة تعليمية على موقع "الفيس بوك"، والتعرف إلى أثرهما على التحصيل لدى طلاب الصف العاشر الأساسي في مبحث التكنولوجيا واتجاهاتهم نحوها. تكونت عينة الدراسة من (60) طالباً من طلاب مدرسة شهداء النصيرات الثانوية (ب) موزعين على ثلاث مجموعات، بلغ عدد كل من هذه المجموعات (20) طالباً، المجموعة الضابطة تعلمت بالطريقة التقليدية، المجموعة التجريبية الأولى تعلمت باستخدام المدونة الإلكترونية على موقع "بلوجر"، المجموعة التجريبية الثانية تعلمت باستخدام الصفحة التعليمية على موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"، وقد تأكد الباحث من تكافؤ المجموعات من حيث (العمر الزمني، والتحصيل الدراسي العام، والتحصيل الدراسي في مبحث التكنولوجيا، والتحصيل الدراسي واتجاهات الطلاب نحو مبحث التكنولوجيا) وذلك من خلال التطبيق القبلي لأدوات الدراسة.

قام الباحث ببناء أدوات الدراسة والتي تمثلت في (اختبار تحصيلي في الوحدة الثالثة من كتاب التكنولوجيا للصف العاشر الأساسي والذي تكون من (40) سؤالاً، ومقياس اتجاهات الطلاب نحو مبحث التكنولوجيا والذي تكون من (34) فقرة، ثم عرض الأدوات على مجموعة من المحكمين للتحقق من صلاحيتها للتطبيق. وبعد تطبيق المعالجات الإحصائية على الدرجات ظهرت النتائج التالية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05 =a) بين متوسط درجات تحصيل طلاب المجموعات الثلاث تعزى لطريقة التدريس المستخدمة لصالح المجموعتين التجريبيتين.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05 =a) بين متوسط درجات اتجاه طلاب المجموعات الثلاث نحو مبحث التكنولوجيا تعزى لطريقة التدريس لصالح المجموعتين التجريبيتين.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05 =a) بين متوسط درجات تحصيل طلاب المجموعة التجريبية الأولى (التي درست بالمدونة الالكترونية من خلال موقع "بلوجر") ومتوسط درجات تحصيل طلاب المجموعة التجريبية الثانية (التي درست بالصفحة التعليمية على موقع "الفيس بوك").
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05 =a) بين متوسط درجات اتجاه طلاب المجموعة التجريبية الأولى (التي درست بالمدونة الالكترونية من خلال موقع "بلوجر") نحو مبحث التكنولوجيا، ومتوسط درجات اتجاه طلاب المجموعة التجريبية الثانية (التي درست بالصفحة التعليمية على موقع "الفيس بوك") نحو مبحث التكنولوجيا.

وفي ضوء ما أسفرت عنه الدراسة من نتائج أوصى الباحث بما يلي: توعية المعلمين من خلال دورات توعوية بأهمية توظيف تقنيات التعليم الإلكتروني في العملية التعليمية، واستخدام المدونات والمواد التدريبية للإتصال بالطلاب خارج أوقات الدوام المدرسي، تدريب الطلاب على استخدام تقنيات التعليم الالكتروني المعتمدة على الإنترنت كالمدونات الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي للإستفادة منها في العملية التعليمية.

وقدم ساري عام (2013) دراسة بعنوان **"تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية والقرابية في المجتمع الأردني"**، وكان الهدف من هذه الدراسة التعرف إلى التأثيرات التي تركتها مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية والقرابية في المجتمع الأردني. ومن أجل تحقيق هذه الغاية قام الباحث بتصميم استبانة تكونت من (33) فقرة، تم توزيعها على (509) طلاب وطالبات من مختلف الجامعات الحكومية والخاصة في الأردن؛ بحيث اشتملت الاستبانة على أربعة محاور/أبعاد لمعرفة هذه التاثيرات. وقد توصلت الدراسة إلى نتائج مهمة ولافتة للنظر، في مدى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على إحداث تغيرات في العلاقات الأسرية والقرابية، وبخاصة في مجال الزواج والضبط الأسري والقرابي والخروج عن العادات والتقاليد. فلم يعد الشباب يتقيدون بالزواج التقليدي بعد أن أتاحت لهم مواقع التواصل الاجتماعي فرصا جديدة للتعارف والزواج من خارج المجتمع الأردني.

وبينت النتائج أيضا بأن هناك استخداما واسعا لمواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب، سواء داخل المجتمع الأردني أو خارجه. فالشباب من كلا الجنسين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصرف النظر عن أعمارهم ومستوياتهم التعليمية والقطاعات الاجتماعية التي ينتمون إليها، من أجل تحقيق أهداف عديدة أهمها بناء علاقات اجتماعية والترفيه عن النفس. كما وأظهرت النتائج أيضا وجود فروق في درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية والقرابية تعزى إلى اختلاف طبيعة العلاقة التي تربط الشباب بأسرهم وأقاربهم. فالشباب الذين تربطهم علاقات "متوسطة القوة" بأسرهم كانوا قد تأثروا بهذه المواقع أكثر من زملائهم الذين تربطهم بأسرهم علاقات تتسم "بالحميمية" أو "الفتور". وكذلك الأمر في ما يتعلق بعلاقاتهم بأقاربهم، فالتأثير في هذه الحالة كان أقوى عند الشباب الذين تربطهم بأقاربهم علاقات "ضعيفة" من أؤلئك الذين تربطهم بأقاربهم علاقات "قوية أو متوسطة".

في حين أجرت شبكة الألوكة عام (2013) دراسة بعنوان **"التأثير السلبي لوسائل التواصل الاجتماعي "الواتس آب والفيس بوك" على الشباب، دراسة بحثية مطبقة في سلطنة عمان/ محور الإعلام ما له وما عليه"**، والتي هدفت التعرف إلى على وسائل التواصل الإجتماعي بشتى أنواعها، والتعرف إلى التأثيرات السلبية والإيجابية لوسائل التواصل الإجتماعي. وقد طبقت الدراسة على عينة من الطلاب والموظفين من جميع المستويات الدراسية والوظيفية. وقد تمخضت الدراسة عن النتائج الآتية: أن إنتشار هذه البرامج بين الشباب من عمر (18-25) كبير، بالرغم من صغر حجم العينة المتخذه ولكنها أعطت مؤشرات واضحة، كما بينت النتائج أن ظهور "الواتس أب" وما يحمله من مميزات فريدة لا نجدها في باقي البرامج كان له التأثير الكبير على العالم؛ حيث أصبح هذا البرنامج سلاحاً ذا حدين له تأثيرات إيجابية وأخرى سلبية.

ركزت هذه الدراسة على التأثيرات من الناحية الدينية ومن ناحية الثقافة والقيم، فمن الناحية الدينيه: يشغل "الواتس أب" الشخص عن أداء فرائضه الدينية، وتبادل مقاطع الصوت والفيديو غير اللائقة والغيبة والنميمه، ونشر الإشاعات والأخبار دون التأكد من صحتها. ومن ناحية الثقافة والقيم: التقليل من العلاقات داخل نطاق الأسرة، وتدني المستوى الدراسي، وعدم استثمار أوقات الفراغ، وعدم احترام المكان والزمان عند الاستخدام للبرنامج، وهدر الكثير من المبالغ، والتخلي عن بعض القيم كالصدق والأمانة. وقد توصلت الدراسة إلى التوصيات التالية: توعية الشباب بسلبيات هذا النوع من البرامج وضرورة توخي الحذر منها، وتوعيتهم كذلك باستخدام هذه البرامج بشكل إيجابي يخدم الفرد والمجتمع.

أما الزبون وأبو صعيليك قاما عام (2014) بدراسة **"الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن"**، هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن من الفئة العمرية التي تراوحت بين (15-18) سنة. وقد تكوّنت عينة الدراسة من (276) فرداً من الأطفال في سن المراهقة تم اختيارهم (قصدياً بأسلوب) كرة الثلج، منهم (141) من الذكور و(135) من الإناث، المنخرطين بشبكة "الفيس بوك". اتّبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت استبانة تم تطويرها لغايات هذه الدراسة.

أظهرت نتائج الدراسة أن أبرز الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة من وجهة نظرهم هي توسيع العلاقات الاجتماعية من خلال متابعة أخبار الآخرين على الشبكة ومجاملتهم، وتعزيز وتوثيق الصداقات القائمة، وزيادة عدد الأصدقاء الذين يشتركون في نفس الاهتمامات. أما أبرز الآثار الاجتماعية والثقافية السلبية فكانت إهدار الوقت من خلال متابعة موضوعات وألعاب غير مفيدة لساعات طويلة على شبكات التواصل، والتعرف على أفراد من الجنس الآخر يرفض الكبار إقامة علاقة معهم، والإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالرغبة الملحة لمتابعتها لأوقات طويلة. وبينت النتائج أيضاً أن الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي تكون لدى الإناث أكبر منها لدى الذكور، بينما تكون الآثار الاجتماعية والثقافية السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الذكور أكبر منها لدى الإناث وفقاً لتقديراتهم أنفسهم.

وأوصت الدراسة بتوظيف شبكات التواصل الاجتماعي في الميدان التربوي، وإنشاء مواقع وصفحات رسمية عليها خاصة بالإرشاد النفسي والدعم الاجتماعي للأطفال في سن المراهقة، وفرض رقابة أكبر من قبل الراشدين على سلوك أبنائهم، ومحاورتهم حول الممارسات السليمة في استخدامها وتوعيتهم بآثارها السلبية، وتشجيعهم على الاستخدام الإيجابي الآمن لها بما يلبي حاجاتهم ويتوافق مع اهتماماتهم وينمي مواهبهم.

في حين أجرى العنزي عام (2014) دراسة بعنوان: **"دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى الشباب في منطقة الجوف في المملكة العربية السعودية"**، والتي هدفت إلى التعرف على دور شبكات التوصل الاجتماعي في تنمية الوعي الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي لدى الشباب في منطقة الجوف في المملكة العربية السعودية، وبيان علاقة ذلك ببعض المتغيرات وهي: (الفئة العمرية، ومكان الإقامة، ومعدل الوقت، ونوع شبكة التواصل الاجتماعي المستخدمة). كذلك هدفت إلى التعرف على مبررت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ومعرفة أبرز الإيجابيات والسلبيات لدى الشباب التي يحققها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والتعرف إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة لدى الشباب في تنمية الوعي الثقافي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي، وكذلك هدفت الدراسة إلى التعرف على الفروق في مستوى الوعي الثقافي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي لدى الشباب في منطقة الجوف في المملكة العربية السعودية. وقد تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من (1367) شاباً في منطقة الجوف في المملكة العربية السعودية؛ حيث تم اختيارهم بالطريقة العنقودية، واستخدمت الاستبانه كأداة لجمع البيانات الميدانية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أبرزها: أن معظم أفراد العينة يستخدمون الإنترنت بشكل يومي، ويقضي معظمهم في كل جلسة ساعة إلى أقل من ساعتين، وكان أكثر أفراد العينة مرتادي شبكات التواصل الاجتماعي يستخدمونها لوجود وقت فراغ وتوفر الإنترنت وفي إجراء الدراسات والبحوث ومتابعة الصحف الالكترونية. وأن معظم أفراد عينة الدراسة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في العمل ثم في المنزل، ويستخدمونها بشكل يومي؛ حيث أن أكثر استخدام كان لشبكة "توتير" تليها "الوتس آب" ثم "الفيس بوك"، وأكثر استخدام يكون لهم هو في الفترة المسائية، ويستخدمون للرد في معظمهم على معلومات يتلقونها من الآخرين ما يقارب ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات.

كما وبينت نتائج الدراسة أن أعلى المبررات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كان يعود للتواصل مع الأصدقاء والحصول على المعلومات المختلفة. وأكثر الإشباعات المتحققة تعود إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تبقي الفرد على اتصال دائم مع الآخرين وتفتح له فرصة للتعبير عن رأيه بحرية. كما وبينت النتائج أن أبرز الإيجابيات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كان يعود إلى أنها جذابة مقارنة بالشبكات الإعلامية الأخرى، كما أنها وسيلة للتواصل الاجتماعي وتفاعل الشباب، فيما كان أعلى السلبيات لها أنها تقدم أفكار سلبية لاتتفق مع الثقافة، وليست دائماً ذات مصداقية. كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق في التنمية الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية تساهم بها شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً للفئة العمرية. وعدم وجود فروق في التنمية الثقافية الاجتماعية تبعاً لاختلاف السكن، ووجود فروق في التنمية السياسية والاقتصادية تبعاً لاختلاف السكن لصالح المدنية. كما أظهرت النتائج وجود فروق في التنمية الثقافية والاجتماعية لصالح استخدم "الكيبك" على الشبكات الأخرى، ووجود فروق في التنمية السياسية والاقتصادية لصالح الشبكات الأخرى على استخدام "الفيس بوك".

وأخيراً قام منصور عام (2014) بدرسة حول **"دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الجامعي الأردني"،** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني مع التطبيق على شباب جامعة اليرموك، وبيان الفروق في تحقيق الاحتياجات تبعاً لبعض المتغيرات الديمغرافية والوظيفية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. وقد تكونت عينة الدراسة من (286) فرداً من طلاب جامعة اليرموك، ولتحقيق أهداف الدراسة، تم تصميم استبانه تكونت من خمسة محاور، وتم تحليل النتائج باستخدام الأساليب الإحصائية كالنسب المئوية والتكرارات والتحليل العاملي وتحليل التباين. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: يستخدم الشباب الأردني شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (93.7%)، تبوأ "الفيس بوك" المرتبة الأولى في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (72.4%) لدى أفراد العينة مقارنة مع الشبكات الأخرى، حظي الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي بالمرتبة الأولى بنسة عامة (50%)، يستخدم الشباب شبكات التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ساعتين يومياً بنسبة عامة (38.1%)، يستخدم الشباب شبكات التواصل الاجتماعي في المنزل بنسبة (86.4%).

كما توصلت إلى أن خمس حاجات/ إشباعات يحققها الشباب الجامعي الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهذه الحاجات مرتبة حسب أولويات استخدامها وهي: 1. حاجات معرفية/ معلومات. 2.حاجات وجدانية/ سيكولوجية. 3. حاجات شخصية/ براغماتية. 4. حاجات اجتماعية / تواصل 5.حاجات الهروب من الواقع / ملء الفراغ، عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في الحاجات/ الإشباعات التي يحققها الشباب الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي (ذكر – انثى)، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الحاجات المعرفية، والوجدانية والهروب من الواقع، والحاجات مجتمعة في الحاجات/ الإشباعات التي يحققها الشباب الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير مدى الاستخدام. وكانت الفروق بين الاستخدام دائماً ونادراً لصالح دائماً، وبين نادراً وأحياناً لصالح أحياناً في الحاجات المعرفية والوجدانية والهروب من الواقع، وعلى مستوى الحاجات مجتمعة.

الدراسات الأجنبية

هناك دراسات أجنبية عديدة في مجال استخدامات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي من قبل فئات عمرية مختلفة وبخاصة فئة الشباب، وسنقوم هنا باستعراض لأهم الدراسات ذات الصلة بهذا الموضوع:

كدراسة سكوت وكن وأدوين عام **(Scott, Ken & Edwin, 1999)** حول **"آثار التعليم من خلال شبكة الإنترنت على تعلم الطلاب جنوب غرب ولاية ميسوري"** **(The Effects of Internet-based Instruction on Student learning Southwest Missouri State University).** هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام الإنترنت على التحصيل الأكاديمي لدى مجموعة من الطلبة الجامعيين وعلى اتجاهاتهم نحو المادة الدراسية، وعلى خبرات التعلم الناتجة لديهم من هذا الاستخدام. تكونت عينة الدراسة من (31) طالباً من طلبة الماجستير في جامعة (Missouri State University Southwest) خلال فصلين دراسيين؛ حيث تم تقسيمهم إلى مجموعتين: الأولى هي المجموعة الضابطة (طبقت عليهم وسائل التعليم التقليدية/ تلقين وبمساعدة مباشرة من المدرس) وبلغ عددها (17) طالباً، أما الثانية فكانت المجموعة التجريبية (التعلم من خلال الإنترنت/ مساعدة المدرس كانت غير مباشرة أي من خلال الشبكة) وبلغ عددها (14) طالباً.

خلال فترة الدراسة تعرض الطلبة من كلتا المجموعتين إلى ثلاثة أنواع من الاختبارات بهدف الحصول على النتائج. الاختبار الأول هدفه قياس التحصيل الأكاديمي للطلاب يقوم به المدرس بالإضافة إلى اختبارين يقوم بهما الطلاب أنفسهم بين فترة وأخرى، يهدف أحدهما للتعرف على فرص التعلم لدى الطلبة عن طريق المسح، ويهدف الآخر إلى التعرف على تقييم الطلبة لأدوات التعلم المطبقة عليهم. خلصت هذه الدراسة إلى نتائج عدة هي: عدم وجود فروق دالة إحصائيا في التحصيل الأكاديمي بين الطلبة الذين طبقت عليهم طرق التعلم التقليدية، وأولئك الذين تلقوا العملية التعليمية باستخدام الإنترنت. بينما كانت الفروق واضحة بين المجموعتين فيما يخص اتجاهات الطلبة نحو المادة الدراسية وخبرات التعلم الناتجة عن هذا الإستخدام. وكانت هذه الفروق لصالح الطلبة الذين اعتمدوا على الإنترنت في عملية التعلم؛ حيث أظهر هؤلاء الطلبة سلوكيات تعلم أفضل، وأصبحوا أكثر قدرة على البحث عن المعلومة وعلى تنظيم المعلومات، وحل المشكلات الدراسية، بالإضافة إلى تمتعهم برضى أكبر نحو المادة الدراسية. كما أنهم أصبحوا أكثر اعتماداً على أنفسهم في حل واجباتهم الدراسية، وذلك على الرغم من الصعوبات التي واجهوها في البداية بسبب عدم التواجد المباشر للمدرس معهم.

وقد منحهم ذلك خبرات تعلم غنية وسمح بظهور إبداعات مدفونة لديهم، أوصلت الكثيرين منهم إلى التغلغل في المجال الإلكتروني، فباتوا ينشئون مواقع إلكترونية خاصة بهم وبجامعتهم. بينما لم يكتسب الطلبة الذين طُبقت عليهم طرق التعليم التقليدية أي شيء مما سبق ذكره.

أما وايزر عام (**Weiser, 2000**)؛ فقد تناول الموضوع من زاوية أخرى إذا أنه اهتم بدراسة **"الاختلافات بين الجنسين في استخدام الإنترنت وأنماطه وأفضل تطبيقاته"**

(Gender Differences in Internet use Patterens & Internet Application Preferences). هدفت الدراسة إلى تحديد الاختلافات بين الجنسين في استخدام الإنترنت. وأظهرت نتائج الدراسة أن الذكور أكثر استخداماً للإنترنت لغايات التسلية والترفيه مثل ممارسة الألعاب الالكترونية، وزيارة المواقع الجنسية، ولعب القمار، والدخول إلى مجموعات ومنتديات الحوار، وأخيراً البحث عن المعلومات للاستخدام الشخصي، ولكن الإناث تفوقن في استخدام الإنترنت في تبادل البريد الإلكتروني لمراسلة الأهل والأصدقاء.

في حين أجرى كونكس وآخرين عام (Knox, et al., 2001) دراسة بعنوان: **"استخدام طلاب الجامعة للانترنت في اختيار أصدقائهم"، (College Student use of The Internet for Mate Selection).** هدفت الدراسة إلى معرفة متطلبات إيجاد الفرد صديقاً له عبر الإنترنت من الكلية، والأهداف الأساسية لاستخدام الإنترنت. وقد تكونت عينة الدراسة من (191) طالباً وطالبة من الطلبة غير المتزوجين المسجلين في مساقات علم الاجتماع في جامعة الجنوب الشرقي في الولايات المتحدة الأمريكية، وتم توزيع استبانة مكونة من (28) فقرة على هؤلاء المبحوثين. بينت نتائج الدراسة أن إقامة علاقة صداقة كانت الهدف الأول لاستعمال الإنترنت، وليس إقامة علاقة عاطفية أو جنسية. وأشار حوالي (60%) من المبحوثين أن علاقات الصداقة عبر الإنترنت كانت ناجحة جداً. وأظهرت النتائج أيضاً أن متطلبات الصديق المثالي عبر الإنترنت كانت الشخص الصادق والمحب والموثوق به. وقد أظهرت نتائج الدراسة فروقاً إحصائية بين الجنسين في استخدام الإنترنت فيما يتعلق بالأهداف من الاستخدام وبأسباب الاستخدام بين الذكور والإناث. وأشارت النتائج أيضاً إلى أن سلوك المخادعة والنفاق منتشر عبر الإنترنت؛ فقد أكد أكثر من (40%) من المبحوثين بأنهم أدلوا بمعلومات كاذبة وخاصة فيما يتعلق بأعمارهم وأوزانهم ومظاهرهم الخارجية وحالتهم الاجتماعية وحتى جنسهم.

أما بيلامي وهانوفيتز عام (Bellamy, A. and Hanewicz, C. 2001) فقدما دراسة بعنوان: **"تحليل استكشافي للآثار الاجتماعية والنفسية لإدمان الإنترنت".** **(An Exploratory Analysis of The Social nature of Internet Addiction).** هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير الإنترنت في خلق حالة من الإدمان لدى مستخدميه. تكونت عينة الدراسة من (114) طالباً وطالبة من ولاية ميتشغان الأمريكية. وقد استخدم الباحثان مقياسين لهذه الغاية مقياساً كمياً يقوم على مقدار الوقت الذي يقضيه الشباب في غرف المحادثة على الإنترنت ومقياساً آخر مكوناً من أربعة بنود يقيس درجة التوجه نحو الإنترنت. توصلت الدراسة إلى أن توجه الشباب نحو الإنترنت وإدمانهم عليه يرتبط بالنوع الاجتماعي وببعض المتغيرات الشخصية كالسيطرة والتقبل الاجتماعي والعلاقات الشخصية للمبحوثين.

في حين قامت بويد عام (Boyd,2008) بدراسة نوعية حول **"خارج السياق: السلوك الاجتماعي للمراهقين الأمريكيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي العامة" (Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics).** هدفت إلى دراسة ممارسات المراهقين الأمريكيين المنخرطين في شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، من خلال تقديم الذات ومجتمع الأقران والنظرة لمجتمع الكبار.

وقد تكونت عينة الدراسة من (94) فرداً تراوحت أعمارهم بين (14-24) عاماً. وقامت الباحثة باستخدام أسلوب المقابلة وتفحص ملفات التعريف الشخصية للمراهقين على موقع فيس بوك وموقع ماي سبيس (Face book & My space). وقد أظهرت الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي الجماهيرية أصبحت منافذ مفضلة للمراهقين الأمريكيين يمارسون فيها أنشطتهم اليومية كالمزاح والنميمة وتبادل المعلومات، وأن الطبيعة العشوائية لتلك المواقع ولدت الخوف لدى الكبار من سلوك المراهقين، وخلصت الباحثة إلى وجوب إعادة تشكيل الحياة العامة وتنظيم تلك المواقع بمشاركة المراهقين أنفسهم.

وفي العام نفسه أجرت شيلدون **(Sheldon, 2008)** دراسة بعنوان **"العلاقة بين عدم رغبة الطلاب في التواصل واستخدام الفيس بوك"** **(The Relationship Between Unwillingness-to-Communicate and Students' Face book Use).** هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دوافع الطلاب في إنشاء حساب على "الفيس بوك" والحفاظ عليه، والعلاقة بين عدم الرغبة في التواصل واستخدام "الفيس بوك"، والكشف عن دوافع الطلبة من استخدامهم لشبكة "الفيس بوك". تكونت عينة الدراسة من (172) طالباً من إحدى الجامعات الكبيرة.

أجرت الباحثة استطلاعاً قامت من خلاله بتوزيع استمارة على الطلبة، تضمنت التعرف على (التركيبة السكانية، وأسباب عدم الرغبة في التواصل، ودوافع وجود حساب على "الفيس بوك"، ومقدار الوقت الذي يقضونه في استخدام شبكة "الفيس بوك"، ومواقفهم تجاه مواقع الشبكات الاجتماعية). وقد قدمت الباحثة تقريراً بنتائج هذه الاستمارة وذلك بعد تحليل تاريخي لها؛ بحيث توصلت إلى أن الحفاظ على العلاقات وتمرير الوقت تعتبر من الدوافع لاستخدام شبكة "الفيس بوك"، كما وأن الطلاب الذين لا يتمتعون أو يشعرون بالقلق اتجاها التفاعل الشخصي – وجهاً لوجه – يستخدمون "الفيس بوك" لتمرير الوقت ويقل شعورهم بالوحدة؛ إلا أن اتصالهم عبر الإنترنت لم يساعدهم كثيراً في تكوين صداقات جديدة. وأخيراً توصلت دراسة شيلدون فيما يخص العلاقة بين عدم الرغبة في التواصل ومقدار الوقت الذي يقضيه في استخدام "الفيس بوك" وكذلك المواقف إزاءه، إلى أن الطلاب الذين يمارسون التفاعل الاجتماعي الشخصي بصورة قليلة تكون قدرتهم على تكوين صداقات من خلال استخدام "شبكة الفيس" أقل؛ إلا أن تسجيل الدخول إلى "الفيس بوك" يكون أكثر.

أما غرينفيلد وسوبراهمانيام عام (Greenfield & Subrahmanyam, 2008) فقدما دراسة بعنوان: **"الاتصالات عبر الإنترنت وعلاقـــات المراهقين"** (Online Communication and Adolescent Relationships.)؛ حيث قاما بإستعراض شامل للأدبيات المتعلقة بالاتصال عبر الإنترنت بغية الكشف عن العلاقة بين التفاعل على الإنترنت وأشكال العلاقات مع الأصدقاء والغرباء والأسرة. أوضحوا أن الأقران يستخدمون مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في معظم الأحيان للحفاظ على الاتصال مع آقرانهم الحالياً. ومع أن الفتيات عادة ما يستخدمن الشبكات الاجتماعية على الانترنت للحفاظ على الصداقات الموجودة سابقاً؛ إلا أنهن الأكثر عرضة لاستخدام الاتصالات عبر الإنترنت لتكوين صداقات جديدة أو التعرف على الجنس الآخر. كما وأوضح التقرير أيضاً أن (48٪) من المراهقين يعتقدون أن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت قد حسنت علاقاتهم. ومع ذلك أشار غرينفيلد وسوبراهمانيام في المقال إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت يمكن أن تؤثر في علاقات المراهقين من خلال المشاركة في مجموعة من الشبكات الاجتماعية وجماعات أصدقاء جديدة جداً على المستوى العام. كما أن استخدام المراهقين أيضاً للشبكات الاجتماعية على الانترنت كانت بهدف تعزيز علاقات عاطفية وذلك من خلال إتباع نفس الطريقة التي تم استخدامها للحفاظ على الصداقات السابقة.

وتبين من التقرير أيضاً أن العلاقات مع الغرباء على الإنترنت عادة ما تكون سطحية وليس لفترة طويلة الأمد، باستثناء وجود نسبة صغيرة من المراهقين الذين كانت لهم علاقة وثيقة مع شخص قد تعرفوا عليه عبر الإنترنت؛ إلا أن علاقات الإنترنت مع الغرباء لا تزال تشكل خطرا على المراهقين ويجب مراقبتها من قبل الكبار. وأخيراً توصلت هذه الدراسة إلى أن عدداً كبيراً من الآباء والأمهات يشعرون أن مقدار الوقت الذي يقضيه أطفالهم على مواقع الشبكات الاجتماعية يتداخل مع عمل الأسرة وترابطها.

أمــا الــدراســـــة التي أجرهــا أور وآخرون عــام (Orr, et al, 2009) فكــانــت حول **"تــأثير الـخجـل في اســـتـخـدام الـفيســبوك على عينـة الـدراســـة الـجـامعيـة"** (The Influence of Shyness on the Use of Facebook in an Undergraduate Sample.) هدفت هذه الدراســة إلى تقصــي علاقة الخجل باســتخدام شــبكة "الفيس بوك" من حيث عدد الأصــدقاء وطول فترة الإســـتخدام. تكونت عينة الدراســـة من (103) من طلبة الجامعات في مقاطعة أونتاريو في كندا، وقد اســتخدم الباحثون اســتبانة إلكترونية عبر شــبكة الإنترنت تضــمنت مقياســاً ذاتياً للخجل وعدد الأصدقاء وطول فترة الإستخدام والتوجهات نحو شبكة "الفيس بوك" (Face book).

خلصت الدراسة إلى وجود ارتبط سلبي بين عدد الأصدقاء على الشبكة والخجل لدى عينة الدراسة، كما خلصت إلى وجود علاقة إيجابية بين كل من الخجل وطول الوقت الذي يقضيه الأفراد على شبكة "الفيس بوك" (Face book) كما أشارت إلى أن الأشخاص الذين يعانون من الخجل لديهم توجهات أكثر إيجابية من غيرهم نحو الشبكة، فهم ينظرون إليها باعتبارها وسيلة جذابة للتواصل وقضاء الوقت، ويعزو الباحثون ذلك إلى أن طبيعة التواصل عبر شبكة "الفيس بوك" (Face book) والتي من ضمنها إمكانية عدم الكشف عن الهوية، مما يزيل المظاهر اللفظية وغير اللفظية المرتبطة بالمواجهة المباشرة لدى هؤلاء.

وقام ميلر ورفاقه عام (**Miller, et al., 2010**) بدراسة **"الطلاب ومواقع الشبكات الاجتماعية: المفارقة في المشاركة، سلوك وتكنولوجيا المعلومات"** **(Students and Social Networking Sites: The Posting Paradox).** والتي هدفت إلى الكشف عن الوقت الذي يمضيه طلبة الجامعات في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وغاياتهم من الإنخراط بها، وطبيعة المواد التي يتراسلونها عبر هذه المواقع. وقد تكونت عينة الدراسة من (165) طالباً من مستخدمي موقعي "الفيس بوك وماي سبيس" في إحدى الجامعات الخاصة في الغرب الأوسط الأمريكي، وقد تم جمع البيانات من خلال توجيه أسئلة لعينة الدراسة بشكل مباشر. وبينت نتائج الدراسة أن (85%) من عينة الدراسة يزورون تلك المواقع بشكل يومي، وأن (60%) منهم يزورونه أكثر من مرة في اليوم الواحد، وأن مدّة زياراتهم للشبكة تنزع أن تكون قصيرة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن الغاية الأهم لديهم هي الحفاظ على العلاقات القائمة مع الأصدقاء، وتوسيع علاقاتهم الاجتماعية، كما أشارت النتائج إلى أن الطلبة يزودون صفحاتهم بمعلومات شخصية يمكن أن تستخدم ضدهم إذا سقطت في أيدي الآخرين. كما أنهم يدركون أن ما يتداولونه عبر تلك الشبكات غير مناسب للعموم ممن يطالعون تلك المواقع، ولا سيما أرباب العمل المحتملين.

في حين أجرى شن وخليفة في العام نفسه (**Shen & Khalifa, 2010**) دراسة مسحية بعنوان: **"استخدام الفيسبوك بين طلاب الكلية العربية"**، **(Facebook Usage Among Arabic College Students).** هدفت الدراسة إلى الكشف عن استخدامات "الفيس بوك" (Facebook) لدى طلبة الجامعات في الإمارات العربية المتحدة، مع التركيز على الفروقات بين الجنسين في طبيعة الإستخدام.

وتكونت عينة الدراسة من (128) طالباً وطالبة، وزّعت عليهم الاستبانة المسحية، وقد تم تلقي (70) استجابة منها (35) من الذكور و(35) من الإناث، وقد تمحورت الأسئلة حول (إدراك الذات على الشبكة، وكثافة الإستخدام والعواقب المتصوّرة وقواعد الاستخدام الموضوعية). وقد أظهرت نتائج الدراسة نزوع الأفراد لاستخدام شبكة "فيس بوك" من أجل تعزيز العلاقات القائمة بالفعل كالأصدقاء والأقارب وأن انخفاض الثقة في مستخدمي "فيس بوك" (Face book) غير المعروفين واحد من الأسباب التي تمنعهم من توسيع شبكاتهم الاجتماعية. كما أظهرت نتائج الدراسة بعض التخوفات من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة العربية الإسلامية للمجتمع. وبيّنت كذلك أنّ لهذه الشبكات تأثيراً واضحاً على مفهوم الذات لديهم، لا سيما الإناث اللّواتي كانت استجاباتهن حول الاستعداد للترحيب بصداقات وأفكار جديدة، شبيهة باستجابات الذكور، مما يسهم في ردم الهوّة الاجتماعية بينهن وبين الذكور، ومساعدتهن في تقرير المصير.

أما كاربنسكي عام (Karbinsiki, 2010) قامت دراسته على التعرف إلى **"أثر الفيس بوك على التحصيل الدراسي"، .(Facebook and The Technology Revolution)** هدفت الدراسة التعرف إلى أثر استخدام موقع "الفيس بوك" على التحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعات. تكونت عينة الدراسة من (219) طالباً جامعياً في نيويورك. وقد اعتمد الباحث على منهج المسح الاجتماعي والاستبانة كأداة لجمع المعلومات. وتوصلت نتائج الدراسة: إلى أن الدرجات الأكاديمية التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على شبكة الإنترنت، وتصفح موقع "فيس بوك" أكبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع. كما أظهرت النتائج أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع، تدنت درجاته في الامتحانات؛ حيث أن (79%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن إدمانهم على موقع "الفيس بوك" يؤثر سلباً في تحصيلهم الدراسي. كذلك بينت النتائج أن الأشخاص الذين يقضون وقتا أطول على الإنترنت يخصصون وقتا أقصر للدراسة، مشيراً إلى أن لكل جيل اهتمامات تجذبه وأن هذا الموقع يتيح للمستخدم "الدردشة" وحل الفوازير وإبداء رأيه في كثير من الأمور والبحث عن أصدقاء جدد أو قدامى.

أما كاليدو ورفاقها عام (Kalpidou et al., 2011) فقاموا بدراسة بعنوان: **"العلاقة بين الفيسبوك ورفاهية طلاب الكليات الجامعية"**
(The Relationship Between Face book and The Well-being of Undergraduate College Students).
هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين استخدام شبكة "الفيس بوك" (Face book) وتقدير الذات والرضا عنها والتوافق العاطفي والاجتماعي. تكوّنت عينة الدراسة من (70) طالباً من طلبة الجامعات في بوسطن؛ حيث استخدم الباحثون استبانات تضمنت مقاييس لطبيعة استخدام "الفيس بوك" (Face book) من عدد الأصدقاء وكثافة الاستخدام، كما تضمنت مقاييس لتقدير الذات والتوافق الاجتماعي والانفعالي. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة سلبية بين عدد الأصدقاء على الشبكة والتوافق الاجتماعي والأكاديمي لدى طلبة السنة الأولى، وأن الإفراط في الوقت الذي يقضيه هؤلاء على الشبكة يقترن بتدني تقدير الذّات لديهم، في حين تشير نتائج الدّراسة إلى أن عدد الأصدقاء على الشبكة لدى طلبة السنوات العليا يقترن إيجابياً بالتوافق الاجتماعي، وهذا يعزى إلى تطور العلاقات الاجتماعية عند هؤلاء بعد قضاء سنوات في الجامعة.

وأخيراً قدم كوجاث (Kujath,2011) دراسة حول **"الفيس بوك وماي سبيس: تكميل للتفاعل وجهاً لوجه أم بديل عنه؟"**
(Facebook and MySpace: Complement or Substitute for Face-to-Face Interaction?, Cyberpsychology). هدفت الدراسة إلى الكشف عما إذا كان الإنخراط في شبكات التواصل الاجتماعي مكملاً للعلاقات الواقعية أو بديلاً لها. تكونت عينة الدراسة من (183) طالباً من طلبة الجامعات في ولاية واشنطن، (85) منهم من الذكور و(98) من الإناث، وقد تم اختيارهم قصدياً من مستخدمي شبكتي "فيس بوك وماي سبيس" (MySpace & Facebook) ولقياس درجة مساهمة تلك الشبكات في الحفاظ على العلاقات الشخصية القائمة، تم توجيه أسئلة محددة لهم عن عدد الأصدقاء الذين لم يلتقوا بهم شخصياً، وهل تسهم تلك الشبكات في التقائهم واقعياً بأشخاص تم التعرف عليهم من خلال الشبكتين؟ وكيف يستخدمون الشبكتين في البقاء على تواصل مع الأشخاص الذين يعرفونهم بالفعل؟ وقد أشارت نتائج الدراسة إلى ميل الأفراد إلى استخدام الشبكتين من أجل البقاء على اتصال مع أناس يعرفونهم مسبقاً، وأيضاً من أجل التعرف إلى أشخاص جدد لم يلتقوا بهم أبداً، إلا أن الغاية المتمثلة في استخدام الشبكات للحفاظ على الاتصال مع الأشخاص المعروفين مسبقاً تفوق استخدامها من أجل التعرف على أشخاص جدد.

7-1 ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة

يتبين من استعراض الدراسات السابقة أنها تناولت استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل فئة الشباب أكثر من أي فئة عمرية أخرى خاصة طلبة الجامعات، مثل دراسة الناطور (2001) ودراسة الغميض (2003)، ودراسة المجالي (2007) ..... ودراسة كاربنسكي (2010) ودراسة كالبيدو ورفاقها (2011)، ودراسة كوجاث (2011)...الخ، إلا أن هذه الدراسة امتازت عن غيرها بتناولها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي – بهدف تحقيق الدوافع وإشباع الحاجات – من قبل الأطفال ممن تراوحت أعمارهم بين (13-16) سنة، انطلاقاً من أهمية هذه الفئة العمرية وتأثيرها الكبير على المجتمع بشكلٍ عام، وتزايد إقبالها على استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، ولأنها مرحلة انتقالية من الطفولة إلى المراهقة؛ بحيث تتميز هذه المرحلة بالنمو العقلي والجنسي والنضج الاجتماعي وزيادة العلاقات الشخصية مع العالم الخارجي، كما وتتجه الميول والرغبات خلال هذه المرحلة بشكلٍ واضح نحو الاستقلالية والاعتماد على النفس. كما أنها لم تحظ بالاهتمام المطلوب من قبل الباحثين في الدراسات الاجتماعية.

وتناولت هذه الدراسة كذلك مواقع شبكات تواصل اجتماعي لم يتم تناولها من قبل الدراسات السابقة، خاصة من حيث استخدامها من قبل الأطفال، مثل شبكة "الوتس آب" وشبكة "الانستجرام" على الرغم من أن الإقبال على استخدامهما أصبح ينافس الإقبال على استخدام شبكة "الفيس بوك" الأمر الذي دفع ملاك شبكة "الفيس بوك" إلى شراء هذه الشبكات، بهدف الحفاظ على سيطرتهم على السوق الإلكتروني. في حين اقتصرت معظم الدراسات السابقة وخاصة الأجنبية منها على شبكتي "الفيس بوك" و"ماي سبيس"، مثل دراسة بويد (2008) ودراسة ميلر ورفاقه (2010)، ودراسة كوجاث (2011)....الخ.

الفصل الثاني

شبكات التواصل الاجتماعي

المفهوم والتطور التاريخي

الفصل الثاني

شـبــكـــات الـتــواصل الاجـتـماعي

المفهوم والتطور التاريخي

2-1 مقدمة

تعد شبكات التواصل الاجتماعي (Social Network) محور الإعلام الجديد؛ فقد حققت هذه الشبكات انتشاراً واسعاً على الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) يفوق ما حققته أي من الشبكات الأخرى وخلال فترة زمنية قصيرة؛ بحيث تعد أعوام التسعينات الأولى من القرن العشرين، هي البداية الحقيقة لظهور المواقع الاجتماعية، أو التي تسمى بشبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت، حين صمم راندي كونرادز (Randy Konrads) موقعاً اجتماعياً للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام (1995) وأطلق عليه اسم (Classmates.com) وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين سائر الناس (المنصور، 2012). وقد أسهمت هذه الشبكات وبشكلٍ واسع في تجسيد مفهوم القرية الكونية الذي أشار إليه مارشال ماكلوهان (Marshall mcluhan)؛ إذ فتحت آفاقاً لم يسبق لها مثيل في تاريخ التفاعل الاجتماعي، من خلال تشكيل مجتمعات افتراضية تنطوي على أنماط من التفاعل والسلوك تختلف عن تلك الموجودة في المجتمعات الواقعية، مجتذبة ملايين المستخدمين في مختلف القارات ومن مختلف الأعمار.... (Grabner, 2010). فضلا عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الإفتراضي وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية (صادق، 2008). بالإضافة إلى دورها الهام في العالم الواقعي والمتمثل بتحقيق الدوافع وإشباع الحاجات وبناء الشخصية وتحديد الاتجاهات، كما وأنها أثرت بشكل كبير في كافة أنماط الاتصال الإنساني...الخ.

2-2 مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

لم يحظ مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي كغيره من المفاهيم بالعلوم الاجتماعية بتعريف محدد ودقيق من قبل الباحثين، الأمر الذي أدى إلى تنوع وتعدد التعريفات حول هذا المفهوم. ومن هذه التعريفات التعريف الذي قدمه كل من بويد (Boyd) وإليسون (Ellison) للشبكات الاجتماعية على أنها: "مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال وتختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر".

كما وعرفها كل منهما بأنها: "مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثانى للويب (web 2) تتيح التواصل بين الأفراد فى بنية مجتمع افتراضي، يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبه انتماء (بلد - مدرسة - جامعة - شركة... الخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل، أو الإطلاع على الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعى بين الأفراد، سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع، أو أصدقاء نعرفهم من خلال السياقات الافتراضية" (Boyd & Ellison, 2010, pp:16-31). في حين أوجز سويت (Swite) مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي بأنها: "منظمة عصرانية غيرت في أسلوب الحياة من حيث الأسلوب والإدارة والممارسة" (Swite, 2009, pp: 95-96). وكذلك عرفها راضي (2003) بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية (ص: 23).

وبعد الاطلاع على هذه المجموعة من التعريفات يتضح أن الهدف الرئيسي لهذه الشبكات هو إتاحة الفرصة للاتصال والتواصل وإرسال الرسائل إلى الآخرين، وإقامة العلاقات بين الأفراد الذين تجمعهم خصائص مشتركة.

3-2 نشأة شبكات التواصل الاجتماعي وتطورها

مرت شبكات التواصل الاجتماعي منذ نشأتها وتطورها بمرحلتين أساسيتين:

وصفت المرحلة الأولى بأنها مرحلة تأسيسية لشبكات التواصل الاجتماعي، أطلق عليها اسم الجيل الأول للويب (web 1.0) والذي يشير إلى شبكة المعلومات الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين، تتكون أساساً من صفحات ويب ثابتة وتتيح مجالاً صغيراً للتفاعل (Harrison & Thomas, 2009). ويعتبر موقع (classmates.com) من المواقع التأسيسية لشبكات التواصل الاجتماعي والذي انطلق عام (1995)، فهو موقع اجتماعي مجاني للاتصال والتواصل مع الأصدقاء والمعارف، وكان الغرض الأساسي من إنشائه الربط بين زملاء الدراسة؛ بحيث يستطيع أي شخص أن ينشئ ملفه الشخصي ثم يبحث عن زملاء آخرين، ويستطيع من خلاله أن يتصل بأصدقاء فقد الاتصال بهم، وأن ينضم للمجتمعات المحلية، والدردشة في المنتديات (Raphael, 2007).

وفي أيار من عام (1997) أطلق الموقع المشهور "SixDegrees.com"، الذي أخذ اسمه من عبارة "six degrees of separation" أي "ست درجات من الأنفصال" الذي أخذت من "تجربة العالم الصغير" لعالم النفس الأمريكي في جامعة هارفارد ستانلي مليغرام " Stanley Milgram" (Hayes, 2000, p:11). لقد أتاح هذا الموقع الفرصة أمام المستخدمين لوضع معلوماتهم الشخصية (profile) وإعداد قائمة للأصدقاء، وسمح لهم منذ عام (1998) بتصفح قائمة الأصدقاء، ولقد روج هذا الموقع لنفسه كأداة لمساعدة الناس على الاتصال والتواصل وإرسال الرسائل إلى الآخرين، لكنه في الوقت الذي استطاعت خدماته أن تجذب ملايين المستخدمين، فشلت في أن تبقى مستمرة؛ حيث تم إيقاف تلك الخدمات عام (2000). وفي الفترة ما بين (1997-2001) ظهرت بعض شبكات التواصل الاجتماعي التي تسمح للأفراد بتكوين ملفات تعريف شخصية واختيار أصدقاء، لكن دون شرط الحصول على موافقة منهم، ومن هذه المواقع (MiGente, Black Planet, Avenue Asian).

كما وشهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى، مثل موقع "live journal" وهو الموقع الذي استطاع الأشخاص من خلاله تعيين البعض كأصدقاء، لأجل متابعة مجالاتهم وتسيير المحيط الخاص بهم. وبعد ذلك ظهر موقع "cyworld" الذي أنشئ في كوريا سنة (1999) والذي جسد ملامح مواقع الشبكات الاجتماعية عام (2001)؛ حيث تضمن قوائم الأصدقاء وخدمة تدوين المذكرات... وغيرها. وفي الوقت نفسه تم اطلاق موقع "Ryze" الذى كان يهدف إلى تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية (Boyd & Ellison, 2010).

شهد عام (2002) الميلاد الفعلي لشبكات التواصل الاجتماعي كما نعرفها اليوم، عندما ظهر موقع (Friendster) في كاليفورينا من قبل جوناثان أبرام (Jonathan Abrams) ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الإفتراضية، وسمي بالأصدقاء بسبب دوائر العرض، من صور وملفات الأصدقاء والأفراد، ويستخدم على نطاق واسع في آسيا، وهو متاح بعدة لغات (الإنجليزية والصينية واليابانية والكورية والإسبانية) وفيه رابط يوفر للمستخدم اختيار اللغة (Perdu, 2008).

وفي النصف الثاني من عام (2002) ظهرت في فرنسا شبكة (skyrock) كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية في عام (2007) (جمعية علم المكتبات والمعلومات تبسة، 2012). وعلى الرغم من أن شبكات التواصل الاجتماعي في ذلك الوقت استطاعت أن توفر بعض الخدمات الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا على مؤسسيها، ولم يكتب لكثير منها البقاء.

أما المرحلة الثانية من مراحل نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي فيطلق عليها مصطلح الويب (2.0)؛ إذ يشير هذا المصطلح إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة ... وغيرها) التي اهتمت بتطوير المجتمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون (Harrison & Thomas, 2009). ويمكن أن نؤرخ هذه المرحلة بانطلاقة موقع ماي سبيس "my space" عام (2003) وهو الموقع الأمريكي المشهور الذي يقدم تفاصيل الملفات الشخصية، مما يسمح للمستخدمين بخلق خلفيات أصلية، وتضمين عرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة، إضافة إلى المدونات، وفي أوقات كثيرة يعتبر بمثابة موقع ويب للموسيقيين (Hershey, 2010). وفي فبراير عام (2004) نشأت شبكة الفيس بوك "Facebook" على يد "مارك زكوربيرغ" (Mark Zuckerberg) في جامعة هارفارد، وكانت فكرته اجتماعية؛ بحيث يستطيع الطلبة التواصل مع بعضهم إن أرادوا، ثم عممت لتشمل الموظفين وأعضاء هيئة التدريس، لكن الدور الكبير الذي لعبته الشبكة في تعزيز المشاركة السياسية، جعلها تنمو وتتوسع بسرعة لتحقق شعبية كبيرة خصوصاً بين الأجيال الشابة وطلاب الجامعات (Conroy, et al., 2009). وبالرغم من حداثة هاتين الشبكتين نسبياً إلا أن انتشارهما وازدياد أعداد المشتركين بهما من الأمور المدهشة حقاً، ففي عام (2006) سجل عدد المشتركين بشكبة ماي سبيس " my space" أكثر من مائة مليون مشترك، في حين وصل العدد في شبكة الفيس بوك "Face book" إلى (110) مليون مشترك، وكلا الموقعين يسجلان نمواً بأعداد المشتركين يزيد على (100) ألف مشترك شهريا (Miller, et al., 2010).

واستمرت شبكات التواصل الاجتماعي بعد ذلك بالتطور؛ فقد ظهر موقع (youtube) في الرابع عشر من فبراير عام (2005) من قبل "تشاد هيرلي" (Chad Hurley) "أمريكي" و"ستيف تشين" (Steve Chen) "تايواني"، و"جاود كريم" (Jawed Karim) "بنغالي"؛ بحيث كانوا يعملون في شركة (paypal)، وكانت ولادة الموقع في مدينة (MENLO PARK) في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، وكان الإصدار التجريبي له في أيار عام (2005) (Jarboe, 2009). وفي أوائل عام (2006) ظهر موقع "توتير" (Twitter) كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة (Obvious) الأميركية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر (2006)، بدأ الموقع عام (2007) في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل عام (2007) قامت شركة (Obvious) بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم توتير (Twitter)، ومن ديسمبر (2009) بدأ جوجل بعرض نتائج بحث فورية في محرك بحث جوجل لمدخلات المستخدمين الجديدة في توتير (البياتي، 2014).

بالإضافة إلى ذلك ظهرت شبكات اجتماعية جديدة مع ظهور الجيل الثالث للهواتف المحمولة (الذكية) مثل الأيفون والسامسونج...؛ فقد تخطت الهواتف الذكية وظيفة الاتصال الصوتي وأصبحت تستخدم وكأنها جهاز كمبيوتر مصغر، بل وتضمنت تطبيقات لشبكات تواصل اجتماعي جديدة، تمثلت بشبكة "الوتس آب" التي تأسست عام (2009)؛ بحيث تتيح هذه الشبكة إمكانية التحادث مع أي شخص يمتلك هاتفاً ذكياً وتطبيق برنامج "الوتس آب" ومتصل بالإنترنت، وذلك من خلال إرسال الرسائل المكتوبة والمسموعة. وشبكة "الانستجرام" التي تأسست عام (2010)، والتي تسهم في التواصل مع الآخرين من خلال إمكانية مشاهدة صورهم ومنشوراتهم اليومية، وكذلك تساعدهم في العثور على الأصدقاء القدامي، كما وأنها تتيح للمستخدم إمكانية تحميل صورة بدقة متناهية من خلال ميزة التصفية التي يوفرها برنامج "الانستجرام".

وهذا ما أشار إليه خمش (2010) من خلال تحليله للقدرة المتعاظمة للنظام السمعي – البصري الحديث وتقنياته، التي تجعل الصور بؤرة هذا النظام، مما أدى إلى انتقال الثقافة من شفوية وكتابية إلى سمعية بصرية. فالصورة هي المادة الثقافية الأولى التي يجري تسويقها على أوسع نطاق جماهيري، وهي أكثر فاعلية من الكلمة التي كانت تعتمد على الاطلاع اللغوي للمتلقي بسبب نخبويتها ومحدوديتها. أما الصورة فهي خطاب مكتمل، ناجز مباشر، مبسط، وهذا أساس جماهيريتها وقدرتها على النفاذ إلى وعي الأفراد وإدراكهم في البيئات المختلفة والمستويات الطبقية المتفاوتة.

4-2 مجالات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وخدماتها

ويمكن إيجاز الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي بالنقاط التالية:

1. الملفات الشخصية أو صفحات الويب: وهي الملفات التي يقدم فيها المستخدم بياناته الأساسية، مثل (الاسم، الجنس، العمر، البلد، الاهتمامات، الصور الشخصية...وغيرها).
2. التعارف والصداقة: تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للفرد فرصة إقامة علاقات اجتماعية مع الآخرين، سواءاً أكان يعرفهم في الواقع أو يشترك معهم بنفس الاهتمامات.
3. إنشاء مجموعات اهتمام: وهي متاحة على الإنترنت منذ وقت بعيد، كانت تقدم بمقابل مادي في بداية ظهور الخدمة وبعد ذلك أصبحت تقدم مجاناً، إلا أن تقديمها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي كان مختلفاً تماماً؛ بحيث يمكن إنشاء مجموعات اهتمام ودعوة جميع الأصدقاء للاشتراك فيها.
4. إنشاء البرمجيات: تعد شبكات التواصل الاجتماعي بيئة مناسبة لعمل وتطور البرمجيات المختلفة، سواءاً أكانت ترفيهية أو بحثية.
5. استخدامات ترفيهية: تضم شبكات التواصل الاجتماعي العديد من الألعاب الترفيهية المسلية، فهي تعمل بفكر الويب (2.0)؛ حيث يتنافس الأصدقاء في اللعبة الواحدة.
6. وسائل الاتصال بين أفراد المجتمع: توفر شبكات التواصل الاجتماعي سبل مختلفة للتواصل بين أفراد المجتمع الإلكتروني، ومن أشهر تلك الوسائل الرسائل الإلكترونية والمحادثة الفورية بين الأعضاء.
7. الدعاية والإعلان: يمكن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لأغراض الدعاية التجارية، فهناك العديد من الشركات تؤسس مجموعات لها كنوع من أنواع الترويج، كما يمكن عمل إعلانات مدفوعة الأجر عبر هذه الشبكات (البياتي، 2014).
8. ألبومات الصور: تتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء والمعارف للاطلاع والتعليق عليها.
9. الصفحات: هي المساحة التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي لوضع معلومات عن منتج معين أو شخصية ما أو حدث؛ بحيث يقوم المستخدمين بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة وإضافة الصفحات التي تهمهم إلى ملفهم الشخصي (الضراب، 2010).

5-2 مميزات شبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها

تتسم شبكات التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص والمميزات من أهمها:

- التعريف بالذات؛ وذلك من خلال إتاحة الفرصة للأفراد بإنشاء ملف شخصي يتضمن معلومات شخصية وتقديم الذات من خلال الأفكار والآراء والصور وأفلام الفيديو.

- العالمية؛ تسهم في التغلب على الحدود الزمانية والمكانية بين الأفراد، مما ييسر عملية التواصل والتعاون وتبادل المعلومات بين الأفراد في بقاع مختلفة متقاربة أو متباعدة، وفي أوقات ملائمة (Boyd, 2008).

- تشكيل المجتمع بطرق جديدة؛ فقد أسهمت شبكات التواصل الاجتماعي وبشكلٍ واسع في تجسيد مفهوم المجتمع الأفتراضي والذي كان موجوداً منذ بداية تطبيقات الإنترنت (Cachia, 2008).

- التفاعلية؛ لقد سعت شبكات التواصل الاجتماعي منذ بداية ظهورها إلى تجسيد التفاعلية بين أفرادها لضمان الاستمرارية والتطور، وذلك من خلال تعميق العلاقات الاجتماعية القائمة والحفاظ عليها بين المستخدمين؛ إذ أثبتت كثير من الدراسات أن الأفراد يلجأون لتعزيز علاقاتهم الواقعية بالمعارف من الزملاء والأصدقاء والأقارب، وذلك من خلال الميزات التكنولوجية التي تتيحها تلك الشبكات (Shen & Khalifa, 2010). فالأفراد يميلون إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من أجل البقاء على اتصال مع أناس يعرفونهم مسبقاً، باعتبار تلك الشبكات مكملة للعلاقات المباشرة وليست بديلاً عنها (Kujath, 2011).

- الاهتمام؛ فهي تعد إحدى وسائل الترفيه والتسلية الاجتماعية؛ بحيث تحقق درجات مرتفعه لمستخدميها خاصة الذين يعانون من تدني مفهوم الذات وانخفاض الرضا عن الحياة (Ellison, et al.,2007).

- سهولة الاستخدام؛ تطورت شبكات التواصل الاجتماعي؛ بحيث تكون سهلة الاستخدام، فهي بسيطة في التصميم والألوان، وتستخدم أزراراً واضحة ورسوماً وأشكالاً توضيحية، وتوفر صوراً متزامنة مع الوقت للتحديثات، وإشعاراً معيناً يثير انتباه المستخدم (Cronin,2009). وبالإضافة إلى ذلك تسهل شبكات التواصل الاجتماعي عمليات نقل المعلومات ونشر الآراء والأفكار، وحشد التأييد، وترتيب الاجتماعات، وتنظيم الاحتجاجات، بسرعة وكفاءة.

- التنوع في الاستخدام؛ فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القارئ ... وهكذا (الصاعدي، 2011، ص 11).

- التوفير والاقتصادية؛ فهي اقتصادية في الجهد والوقت والمال؛ بحيث تشكل شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة قليلة التكلفة للتواصل بين الأفراد ذوي الاهتمامات والهوايات المشتركة، مما يشجعهم على الاتصال والتواصل ومن ثم اتخاذ خطوات عملية فيما يتعلق بتلك الاهتمامات. (Ellison,et al., 2009) كما وأنها لا تحتاج إلى الكثير من الوقت والجهد لإتمام عملية الاتصال والتواصل.

6-2 أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

قامت هذه الدراسة بتحليل استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي الآتية:

أولاً: شبكة "الفيس بوك" (Face book): وهي عبارة عن موقع اجتماعي، تم إطلاقه في شهر شباط/ فبراير من عام (2004)، على يد "مارك زوكربيرغ" حين كان طالباً في جامعة هارفارد، وهو يتبع شركة تحتل نفس الاسم. أما عنوان الموقع فهو: Facebook.com (القندلجي، 2013). وانطلق موقع "الفيس بوك" كنتاج غير متوقع من موقع "فيس ماش" (Face Match) التابع لجامعة هارفارد وهو موقع من نوع (Hot or Not) يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية. وقد قام "مارك زوكربيرغ" بابتكار "الفيس ماش" في (28) أكتوبر من عام (2003) عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية. وبعدها قام بتأسيس "الفيس بوك" بالإشتراك مع كل من "داستين موسكوفيتز" (Dustin Moskovitz) و"كريس هيوز" (Chris Hughes) اللذين تخصصا في دراسة علوم الحاسوب، وكانا رفيقي "زوكربيرغ" في سكن الجامعة، كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة آيفي ليج وجامعة ستانفورد. ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر (13) عاماً فأكثر (البياتي، 2014).

وقد سمي "الفيس بوك" بهذا الأسم على غرار ما كان يسمى بـ "كتب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بغية إتاحت الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الإنتهاء من الدراسة والتخرج؛ حيث يتفرق الطلاب في شتى الأنحاء. وشبكة "الفيس بوك" من أهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث يمكن للعضو في هذه الشبكة أن يقوم بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه، ولذلك يشترط في هذا استعمال الأسماء الحقيقية، وتمنع الأسماء المستعارة أو الألقاب (شقرة، 2014).

تتمتع شبكة "الفيس بوك" بمجموعة من المميزات من أهمها: مجانية الاشتراك، إتاحت الفرصة للصداقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في "الفيس بوك"، تكوين ألبوم صور خاص ووضع الفيديوهات المفضلة على الصفحة الشخصية وتحديد من يمكنه رؤيتها (البياتي، 2014).

كما وتتيح إمكانية التواصل مع مجتمعات إفتراضية متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم، من خلال هذه المجتمعات وزيادة خبراته، بالإضافة إلى إمكانية متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات، كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية. وقد حقق هذا الموقع نجاحاً وانتشاراً واسعاً قل نظيره على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى؛ حيث بلغ معدل الاشتراكات الجديدة (150) ألف مشترك جديد يومياً (شقرة، 2014).

تعرضت شبكة "الفيس بوك" للكثير من الانتقادات منذ ظهورها، ونتج عن هذه الانتقادات إجراءات حازمة ضد هذه الشبكة والتي تمثلت بما يلي:

- حظر شبكة "الفيس بوك" على المستوى المؤسسي؛ بحيث قامت جامعة "نيو مكسيكو" بحظر الدخول إلى الموقع من أجهزة الكمبيوتر والشبكات الخاصة بالحرم الجامعي. وقد أشارت الجامعة إلى أن السبب وراء ذلك الحظر يتمثل بإساءة استخدام الموارد المتاحة على الإنترنت والخاصة بالجامعة، علاوةً على أن الموقع يفرض استخدام وثائق التفويض الخاصة بالجامعة في أنشطة لا تتعلق بالجامعة.
- واجهت شبكة "الفيس بوك" المخاوف بشأن الحفاظ على الخصوصية؛ فقد تمكن طالبان من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا من تنزيل ما يزيد عن (70) ملفاً شخصياً من "الفيس بوك" من أربع كليات مختلفة هي (معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا وجامعة نيويورك وجامعة أوكلاهاما وجامعة هارفارد) باستخدام (shell script) وهو عبارة عن "نص برمجي يعمل تلقائياً"، كجزء من مشروع بحث عن موضوع الخصوصية في "الفيس بوك" والذي نشر في (14) ديسمبر من عام (2005) (ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، **فيس بوك**، 2014).
- واجهت شبكة "الفيس بوك" العديد من الدعاوي القضائية من عدد من أصدقاء (زوكربيرغ) السابقين الذين يزعمون أنها اعتمدت على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وببعض الملكيات الفكرية الأخرى.
- كما وتم حظر استخدام هذه الشبكة في العديد من جهات العمل لثني الموظفين عن إهدار أوقاتهم.

- أما على المستوى الدولي؛ فقد تم حجبها في بعض الدول مثل ميانمار وسوريا وإيران وفي إسرائيل؛ بحيث فرض الجيش الإسرائيلي قيوداً على المشاركة في هذه الشبكة، بعد ظهور صور لغرف عمليات وقواعد جوية وغواصات إسرائيلية على صفحاته (البياتي، 2014).
- وقد لعبت شبكة "الفيس بوك" دوراً مهماً في إضعاف العلاقات والمهارات الاجتماعية والأسرية؛ حيث تسببت في تدمير هذه العلاقات وتشتيت الأسر بالطلاق أو الخيانات أو الإنعزال. وقد كشف استطلاع للرأي أجراه الموقع الإنجليزي "ديفورس – أون لاين – حول هذا الموضوع أن ثلث حالات الطلاق التي وقعت في بريطانيا عام (2011) كانت بسبب التواصل عبر "الفيس بوك" والرسائل غير اللائقة والتعليقات البذئية التي يتم إرسالها إلى الشريك الآخر، خاصة بعد الإنفصال وقبل الطلاق، مما يجعل الطلاق حتمياً" (شقرة، 2014).

ومع ذلك تعد شبكة "الفيس بوك" من أفضل الشبكات الاجتماعية استخداماً في العالم، كما أنها هي السبب الرئيسي للنمو في هذا القطاع؛ حيث تشهد نمواً سريعاً في دول مثل البرازيل والهند وأندونسيا لدرجة أن هناك نحو (837) مليون شخص استخدموا "الفيس بوك" عام (2012) بزيادة تبلغ (27.4%) عن عام (2011). ومع ذلك تحتل الولايات المتحدة الأمريكية المركز الأول في عدد مستخدمي شبكة "الفيس بوك"؛ حيث وصل عددهم عام (2012) إلى أكثر من (141) مليون شخص، وبعدها الهند بنحو (68) مليون شخص، ثم إندونسيا بـ (49) مليون شخص، فالبرازيل (45) مليون شخص والمكسيك في المركز الخامس بنحو (25) مليون شخص (البياتي، 2014، ص: 340).

كما وأشارت الإحصائيات الصادرة عن شبكة "الفيس بوك" بتاريخ (2014/7/1م)، إلى ما يلي: أن إجمالي عدد مستخدمي الفيسبوك النشطين شهريا بلغ مليار و(310) مليون مستخدم، في حين بلغ إجمالي عدد مستخدمي "الفيس بوك" عن طريق الهاتف المحمول (680) مليون مستخدم، زاد عدد مستخدمي "الفيس بوك" (22٪) خلال عامي (2012-2013). أما إجمالي عدد الصفحات "الفيس بوك"؛ فقد بلغت أربعة وخمسين مليون و(200) ألف صفحه، كما بلغ عدد الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين (18-34) سنة والذين يدخلون على شبكة "الفيس بوك" عندما يستيقظون (48٪)، في حين بلغ متوسط الوقت الذي يتم استغراقه في استخدام "الفيس بوك" لكل زيارة (18) دقيقة، وبلغ متوسط عدد أصدقاء المستخدم في "الفيس بوك" (130) صديقاً، ووصل متوسط عدد الصفحات والمجموعات والأحداث التي يشارك بها المستخدم عن طريق "الفيس بوك" إلى (80) مشاركة، كما بلغ متوسط عدد الصور التي يتم تحميلها يوميا عن طريق "الفيس بوك" إلى (205) صورة، وعدد اللغات المتوافرة على موقع "الفيس بوك" (70) لغة.

بلغ مستخدمي "الفيس بوك" الذين هم خارج الولايات المتحدة الأمريكية (75٪)، أما فيما يتعلق بإجمالي عدد التطبيقات ومواقع الويب المتكاملة مع "الفيس بوك"؛ فقد بلغت (7) ملايين، ووصل عدد طلبات الأصدقاء على شبكة "الفيس بوك" (2) مليون طلب صداقة، في حين وصل عدد الرسائل المرسلة (3) ملايين **(**www.statisticbrain.com, 2014**).**

أما التقرير الذي أصدرته كلية دبي للإدارة الحكومية بتاريخ (١٥\٥\٢٠١٣م) تحت عنوان: "واقع الإعلام الاجتماعي في العالم العربي/عامان على الحراك"، يشير إلى أنّ الأردن سجل ثاني أعلى نسبة انتشار لمستخدمي شبكة "الفيس بوك" قياسا بعدد السكان مع نهاية العام الماضي، وذلك بنسبة انتشار بلغت نهاية العام الماضي (38.9%)، وذلك بحوالي (2.6) مليون مستخدم. وأشار التقرير إلى أن دولة الإمارات العربية احتلت المرتبة الأولى بأعلى نسبة انتشار لاستخدام "الفيس بوك" بنسبة (42.1%) من عدد السكان، وبحوالي (3.5) مليون مستخدم للشبكة التي قال التقرير بأنها "تعد الأكثر شعبية واستخداما" في المنطقة العربية من بين جميع أنواع شبكات التواصل الاجتماعي مثل "جوجل بلس"، "تويتر"، "لينكد إن". وجاء في التقرير أن إجمالي عدد مستخدمي "الفيس بوك" في العالم العربي وصل مع منتصف العام الماضي إلى حوالي (45.1) مليون مستخدم، مرتفعاً بنسبة بلغت (50%) وذلك لدى المقارنة بعدد المستخدمين المسجّلين في نفس الفترة من العام السابق (2011)، عندما بلغ عدد المستخدمين في العالم العربي قرابة (30) مليون مستخدم. وذكر التقرير أن عدد مستخدمي شبكة "الفيس بوك" في العالم العربي تضاعف ثلاث مرات خلال العامين الماضيين، منذ منتصف عام (2010) إلى منتصف عام (2012)، بزيادة تدرَّجت من (16) مليونا إلى (45) مليون مستخدم. وأن الشباب ما يزالون يشكلون نحو (70%) من مستخدمي "الفيس بوك" في المنطقة العربية وخاصة من الفئة العمرية بين (15-29) سنة (الاصلاح نيوز، 2013).

ثانياً: شبكة "الواتس آب" (Whats App): تأسست شبكة "الوتس آب" عام (2009) من قبل الأمريكي "بريان أكتون" (Brian Acton) والأوكراني "جان كوم" (Jane Com) وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو!، ويقع مقرها في سانتا كلارا (كاليفورنيا)، ويعتبر "الوتس آب" تطبيق تراسل فوري، محتكر، ومتعدد المنصات للهواتف الذكية، يتيح المجال أمام المستخدمين لإرسال الرسائل المكتوبة والصوتية، بالإضافة إلى إرسال الصور والفيديوهات والوسائط (ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، **الوتس آب، 2015**). وقد جاء اسم هذا البرنامج من عبارة باللغة الإنجليزية وهي (what’s up) والتي تستخدم بين الأصدقاء للسؤال عن كل جديد.

إن تطبيق "الواتس آب" يتم تحميله على الهواتف المتنقلة فقط، ولم يتم إصدار أي نسخة منه للحواسيب أو لأجهزة التابليت، يستخدم برنامج "الواتس آب" في التواصل عن طريق الرسائل القصيرة أو المصورة، كما ويمكن إرسال مقاطع فيديو عن طريقه. وعند تحميل هذا البرنامج يطلع على قائمة الأسماء الموجودة مسبقا في الهاتف، وبشكل تلقائي يضيف كل من يستخدم هذا البرنامج لقائمة الأسماء الخاصة بالبرنامج، ويعتمد برنامج "الواتس آب" على خدمة الإنترنت في الهواتف بشكل أساسي؛ حيث يتوجب وجود اتصال بشبكة "الإنترنت" لكي يعمل البرنامج، وعند إرسال الرسائل أو استقبالها لا يوجد أي تكلفة إضافية يتم اقتطاعها من قبل شبكة الهاتف المنتقل التي تزود الخدمة؛ حيث يتم احتساب خدمة الأنترنت فقط، ولتجنب التكلفة الإضافية يمكن الإشتراك بالحزم التي تقدمها مختلف شركات الهواتف المتنقلة.

يغطي "الواتس آب" العديد من الهواتف المطروحة في الأسواق في الوقت الحاضر، إلا أن نظام التشغيل المستخدم في الهاتف هو المعني في ما إذ يمكن "للواتس آب" أن يعمل أم لا؛ بحيث يمكن أن يعمل على جميع الهواتف التي تعمل بنظام الأندرويد مثل "السامسونج والسيمبيان والأيفون"، ويمكن لهذا البرنامج العمل أيضاً على أجهزة البلاك بيري والأجهزة التي تستخدم نظام الوندوز (مجلة بالـ عربي،2011). ويفضل الكثير من المستخدمين العرب وفي العالم بشكل عام استخدام "الوتس آب" عن التطبيقات الأخرى لما فيها من مميزات وأهمها الإستخدام المجاني دون الحاجة للإزعاج من قبل الإعلانات؛ حيث يقدم تطبيق "الوتس آب" خدمته دون ظهور أي إعلان أو أي مادة أخرى تسبب الإزعاج للمستخدم، ومن المميزات الأخرى سرعة إرسال واستلام الرسائل المكتوبة والمسموعة، بالإضافة إلى إمكانية معرفة أخر موعد تواجد فيه صديقك مع إمكانية حظر من يزعجك. ووعدت مؤخراً شركة "الوتس آب" بإضافة العديد من المميزات؛ حيث يتوقع في الأيام القادمة أن يتم إضافة خدمة المحادثة الصوتية بشكل مباشر؛ حيث تقتصر في الوقت الحالي المحادثة على المقاطع الصوتية المسجلة التي لا تزيد على ثلاثين ثانية فقط، ولا يحتاج "الوتس آب" أن يستمر رقمك الخاص بالعمل فيكفي التفعيل في المرة الأولى فقط للتحقق من ملكيتك للرقم، ومن بعد ذلك تستطيع استخدامه حتى دون أن يعمل رقمك الخاص، وهذه ميزة أخرى تضاف لسلسلة مميزات "الوتس آب" (صحيفة الرايق، 2014). ولعل أهم ما يؤخذ على تطبيق "الوتس آب"، احتمالية وجود ثغرات للتجسس على مستخدمي شبكة "الواتس آب" من خلال تسريب الصور أو الفيديوهات أو المعلومات المتبادلة بين الأطراف.

وبالرغم من ذلك؛ فقد أعلن الرئيس التنفيذي لشبكة "الواتس آب" (جان كوم) عبر حسابه الخاص على "تويتر" أن عدد مستخدمي شبكة "الواتس آب" قد وصل إلى أكثر من (600) مليون مستخدم نشط شهرياً؛ إذ إن عدد مستخدمي شبكة "الواتس آب" وصل في شهر فبراير من عام (2014) إلى (450) مليون مستخدم نشط شهرياً، قبل أن يعلن "الفيس بوك" عن خططه للحصول عليه بمبلغ (16) مليار دولار. وقد وصل عدد مستخدمي شبكة "الوتس آب" في أبريل عام (2014) إلى (500) مليون مستخدم نشط، مما يعني أنه أضاف (100) مليون مستخدم نشط جديد في شهرين فقط. ومع وصول عدد مستخدمي شبكة "الواتس آب" إلى (600) مليون مستخدم، فإنه يكون متقدماً بكثير عن أقرب منافسيه في سرعة النمو في مجال تطبيق الرسائل المجانية (عراقي، 2014). في يناير عام (2015) أعلن الرئيس التنفيذي للشركة عن بلوغ عدد المستخدمين النشطين شهريا أكثر من (700) مليون مستخدم وذلك بعد (11) شهراً من استحواذ شركة "الفيس بوك" على "الواتس آب" (ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، **الوتس آب**، 2015).

ثالثاً: شبكة "الانستجرام" (Instagram): تم إصدار شبكة "الانستجرام" في شهر أكتوبر عام (2010)، وهي عبارة عن برنامج مجاني طرح في ولاية "سان فرانسيسكو" الأمريكيه من قبل المطور التقني "كيفن سيستورم" (Kevin Systrom) وكان موجها فقط لأجهزة (الآيفون، والآي باد، والآي بود تاتش ... وغيرها) من منتجات شركة أبل، وفي شهر أبريل عام (2012) طورت الشركه البرنامج ليعمل على أجهزه الهواتف التي تعمل بنظام التشغيل أندرويد (Android) كأجهزة (السامسونج، جلاكسي... وغيرها)، وذلك على هامش إعلان "كيفن سيسترومِ" في مؤتمر (LeWeb) المنعقد في باريس في ديسمبر (2011). ويمكننا تحميل هذا البرنامج عن طريق الأبل ستور لأجهزة الايفون وعن طريق القوقل بلاي لأجهزة الأندرويد (منتديات مكتوب، 2012).

ويعتبر برنامج "الانستجرام" تطبيقاً مجانياً لتبادل الصور عبر شبكات التواصل الاجتماعي، يتيح للمستخدمين إلتقاط صورة، وإضافة فلتر رقمي إليها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة "الانستجرام" نفسها، وتضاف الصور على شكل مربع على غرار (Instamatic) كوداك وصور بولارويد، وعلى النقيض من نسبة أبعاد (4:3) تستخدم عادة بواسطة كاميرات الهاتف المحمول. وفي الثاني عشر من أبريل من عام (2012)، استحوذت شركة "فيس بوك" على تطبيق "إنستجرام" بصفقة بلغت (مليار) دولار نقداً.

وقد كتب "زوكربيرغ" على حائطه في "الفيس بوك" عن ما سيحصل بعد هذا الاستحواذ "independently committed to building and growing Instagram" أي سنلتزم بتطوير وإنماء شبكة "الانستجرام" بشكل مستقل Wikipedia, the free encyclopedia, **Instagram,** 2015). ويتميز تطبيق "الانستجرام" بما يلي: مجاني لكلا نظامي التشغيل أندرويد و(IOS)، التعامل مع مختلف الكاميرات على كافة الأجهزة، مؤثرات (فلاتر) متنوعة تسهل على الجميع استخدامها بمختلف المستويات (مبتدئين، محترفين) الكتابة على الصور الملتقطة وتصنيفها، يمنح للمستخدمين إمكانية رفع عدد لا نهائي من الصور، بالإضافة إلى مشاركة الصور مع الأصدقاء عبر كافة الشبكات الاجتماعية كـ (تويتر، الفيس بوك، فليكر، تمبلر) (شبكة إدعس، 2012).

وعلى الرغم من أن تطبيق "الانستجرام" لا يمتلك أي عيوب مرتبطة بكفاءته وفاعليته وسهولة استخدامه، إلا أن المشكلة الوحيدة التي قد يمكن إبرزها هي تأخر وصوله إلى الأجهزة اللوحية والهواتف التي تعمل بنظام تشغيل ويندوز (8)؛ حيث إنه إستغرق وقتاً أقل بكثير ليتم إطلاقه على نظامي أندرويد و(IOS)، كما أن النسخة التجريبية التي أطلقت (لويندوز فون) تفتقر للعديد من المميزات والخيارات مثل تصوير مقاطع الفيديو، وتنبيه المستخدمين عن الأشخاص الموجودين في الصور، يضاف إلى ذلك أنها لا تسمح للمستخدمين بإلتقاط الصور من خلال التطبيق (عالم الانستجرام، 2014).

ومع ذلك حصلت شبكة "الانستجرام" على (مليون) مستخدم في ديسمبر عام (2010)، وبعد سنة أي في عام (2011) حصلت على زيادة (500%) من المستخدمين ليصل العدد إلى (5) ملايين مستخدم، وفي السنة الثالثة تضاعف عدد مستخدميها خصوصا مع إطلاق التطبيق لمنصة (Android) ليتخطى عدد المستخدمين (30) مليون مستخدم. في يوليو عام (2011) قام مستخدمو شبكة "الانستجرام" برفع (100) مليون صورة، وفي شهر أغسطس من نفس العام وصل عدد الصور المرفوعة إلى (150) مليون صورة أي خلال شهر واحد، وفي مايو من عام (2012) تم الإعلان عما يلي: في كل ثانية يتم إضافة (58) صورة جديدة، وفي الثانية الواحدة كذلك تحصل الشبكة على مستخدم جديد؛ بحيث تخطت الشبكة حاجز المليار صورة مرفوعة منذ أن تم إفتتاحها (Wikipedia, the free encyclopedia, **Instagram,** 2015).

كما وتشير مجلة بالـ عربي عام (2011) أن عدد مستخدمي شبكة "الانستجرام" النشطين شهريا وصل إلى (200) مليون مستخدم حول العالم. وبعد هذه الإحصائيات الإيجابية عن شبكة "الانستجرام" قامت شركة (eMarketer) للأبحاث بدراسة عن "الانستجرام" ومقارنته مع موقع التدوين المصغر "تويتر"؛ فقد بينت الدراسة أن عدد مستخدمي شبكة "الانستجرام" من فئة الشباب يتزايد بشكل كبير، وقد توقعت الدراسة أنه في نهاية عام (2014) سيكون أكثر من ربع أصحاب الهواتف الذكية في الولايات المتحدة الأمريكية من مستخدمي شبكة "الانستجرام" لمرة واحدة على الأقل شهريا. وأوضحت الدراسة أن ثلثي مستخدمي شبكة "الانستجرام" في عام (2012) هم من الإناث ولكن من المتوقع أن تصل نسبة مستخدمي شبكة "الانستجرام" من الإناث إلى (55%) ونسبة مستخدمي شبكة "الانستجرام" من الذكور إلى (45%) وذلك بحلول عام (2016). وقامت الدراسة بالمقارنة بين "الانستجرام" و"التويتر"، ووفقا للدراسة فإن عدد مستخدمي شبكة "الانستجرام" من الأميركيين النشطين شهرياً في عام (2013) بلغ قرابة (35) مليون مستخدم أمريكي ومن المتوقع أن يصل إلى (40.5) مليون مستخدم في نهاية عام (2014).

في حين بلغ عدد مستخدمي "التويتر" في عام (2013) قرابة (43.2) مليون مستخدم أمريكي، أما عدد مستخدمي تويتر الأمريكيين من أصحاب الهواتف الذكية في عام (2013) وصل إلى (30.8) مليون مستخدم، ومن المتوقع أن يزداد عددهم في عام (2014) ليصل إلى (37.3) مليون مستخدم. وتوقعت الدراسة أن يفوق عدد مستخدمي شبكة "الانستجرام" من الأمريكيين الذين يملكون الهواتف الذكية عدد مستخدمي شبكة "التويتر" من الإمريكيين الذين يملكون الهواتف الذكية بحلول عام (2016) (مجلة بالـ عربي، 2011).

7-2 شبكات التواصل الاجتماعي: إحصائيات عالمية ووطنية ومحلية

تم رصد مجموعة من التقارير التي توضح معدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، فكان من أهم هذه التقارير وأحدثها على المستوى العالمي التقرير السنوي الذي أصدرته مؤسسة "نحن المجتمع" (We Are Social) عن نسب استخدام التقنيات الحديثة مثل الإنترنت ووسائل التواصل الإجتماعي والهواتف الذكية، ورصدت مدى إنتشارها في العالم عام (2013) وذلك من خلال بيانات توضيحية وأرقام دقيقة قدمتها المؤسسة في تقريرها. ويتضح من هذا التقرير ما يلي:

- ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت في كافة أرجاء العالم بما يقدر بـ (3) مليار نسمة، بنسبة بلغت أكثر من ثلث سكان العالم (35%) وهذا حسب التقديرات التي قدمها الاتحاد الدولي للإتصالات "ICU".

- شهد استخدام الإنترنت زيادة سنوية بلغت (150) مليون مستخدم عام (2013)، في الوقت الذي لم تتوافر فيه المؤشرات والبيانات اللازمة والأرقام الكاملة لمعرفة نسبة الزيادة في عام (2014).

- أن نسب المستخدمين غير موزعة بالتساوي بين أجزاء العالم المختلفة، ففي دول مثل إفريقيا ووسط وجنوب آسيا لا زالت تسعى للوصول إلى نسب استخدام مقبولة، في حين أن نسب استخدام الإنترنت في منطقة أمريكيا الشمالية على سبيل المثال تتخطى حاجز (80%). والسبب هنا يعود إلى المساهمة الكبيرة التي تحدثها عملية استخدام الإنترنت عبر الموبايل.

- حققت شبكات التواصل الاجتماعي معدلات نمو كبيرة من حيث نسبة الاستخدام؛ فقد استطاعت إحدى شبكات التواصل الإجتماعي تحقيق زيادة ضخمة في أعداد المستخدمين الجدد في عام (2013) بعد أن وصل عدد مستخدميها إلى (135) مليون مستخدم.

- كما ويظهر من خلال البيانات أيضاً أن المناطق التي تستحوذت على أكبر نسب مستخدمي الإنترنت هي نفسها التي تمتلك أعلى نسب انتشار لمستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي النشطين؛ حيث تأتي منطقة أمريكا الشمالية في المرتبة الأولى بنسبة (56%)، تليها أوروبا الغربية بنسبة (44%)، بينما تحتل منطقة الشرق الأوسط المركز التاسع بنسبة (24%).

- أما من حيث أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً فتشير البيانات إلى أن شبكة "الفيس بوك" تحتل المركز الأول من حيث عدد المستخدمين النشطين والذي وصل حالياً إلى (1184) مليون مستخدم. كما يأتي تطبيق "الواتس آب" (Whats App) في المركز الرابع متخطياً بذلك شبكة غوغل الإجتماعية (+Google) من حيث عدد المستخدمين النشطين والذي وصل إلى (400) مليون مستخدم.

- وبناءً على البيانات الإحصائية التي قدمها التقرير، يتبين أن عدد مستخدمي الهواتف المحمولة الذكية في عام (2013) ارتفع ارتفاعاً كبيراً؛ حيث بلغ عددهم (173) مليون مشترك، ما جعل نسبة إجمالي مستخدمي الهواتف المحمولة في كل العالم تبلغ (93%)، والملاحظ أن بعض الدول حول العالم حققت نسب إشتراك بلغت أكثر من (100%) وفي نفس الوقت يشهد قطاع خدمات الإنترنت والاتصالات عبر الحزم العريضة "برودباند" تزايداً ملحوظاً، وبالتالي يمكن الآن لحوالي (1.5) مليار شخص حول العالم الحصول على الإنترنت ذات التدفق السريع من خلال أجهزتهم المحمولة.

ومن الواضح أن السبب الرئيسي في إرتفاع نسب إستخدام الإنترنت حول العالم، يرجع إلى الدور الأساسي الذي لعبته الهواتف المحمولة (الذكية)، زيادة على المنافسة الكبيرة بين المشغلين، والتي أسهمت بشكل كبير إلى انخفاض تكاليف البيانات المتنقلة؛ بحيث رفع من نسبة إستخدام وسائل الإعلام الجديدة وشبكات التواصل الإجتماعي، هذا إذا علمنا أن أكثر من ثلاثة أرباع مستخدمي شبكة "الفيس بوك" حول العالم لديهم تطبيقات على هواتفهم الذكية، تمكنهم من بلوغ شبكة الإنترنت من خلالها والتفاعل مع الموقع بصورة يومية، في الوقت الذي تعتمد فيه شبكة "الواتس آب" وشبكة "الانستجرام" إعتماداً كلياً على الهواتف الذكية ذات التقنية العالية التي تتناسب مع متطلبات هذه الشبكات (Kemp, 2014).

أما على المستوى الوطني؛ فقد أشارت آخر إحصائيات نشرها موقع (GO-Gulf.com)، حول استخدام الإنترنت في الشرق الأوسط، أن استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في الشرق الأوسط في تزايد مستمر؛ حيث يشير الموقع إلى أن:

- (3.7%) من مجموع مستخدمي الإنترنت في العالم يقطنون في الشرق الأوسط.
- (40.2%) من العدد الكلي لسكان الشرق الأوسط لديهم اتصال بالإنترنت.
- (88%) من إجمالي مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط لديهم حساب واحد على الأقل في إحدى شبكات التواصل الاجتماعي، كما وأنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل يومي.
- ويشير الموقع أيضاً إلى أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي شهرة في الشرق الأوسط على التوالي هي: فيس بوك (94%)، توتير (52%)، جوجل (46%)، انستجرام (14%)، لينكد أن (6%).
- كما ويشير إلى أن موقع "الفيس بوك" هو الأشهر؛ حيث يبلغ عدد مستخدمي "الفيس بوك" في المنطقة (٥٨) مليون مستخدم تقريباً، يليه موقع "التويتر" والذي يبلغ عدد مستخدميه (٦,٥) مليون مستخدم، ويأتي بعدهما موقع "لينكد إن" بـ (٥,٨) مليون مستخدم.
- أما من حيث اللغات المستخدمة في المنطقة، فإن الإحصائيات تشير إلى أن اللغتين الإنجليزية والعربية هما في الصدارة؛ حيث تبلغ نسبة استخدام اللغة الإنجليزية إلى (٤٨٪)، بينما تصل نسبة استخدام اللغة العربية إلى (٤٥٪) من إجمالي اللغات المستخدمة في شبكات التواصل الاجتماعي.
- ويشير الموقع كذلك إلى الإحصائيات الخاصة بالمستخدمين؛ حيث أن (٦٥٪) من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي هم من الذكور، بينما تحتل الإناث نسبة (٣٥٪) من إجمالي عدد المستخدمين.

- أما عن الفئات العمرية، فإن أغلب فئة تستخدم الإنترنت هي ما دون (٢٤) عاما، تليها (٣٢٪) من الفئة العمرية التي تتراوح بين (٢٥-٣٤) عاما، وتأتي بعدها الفئة العمرية التي تتراوح بين (٣٥-٤٤) عاما والتي بلغت نسبتها (11%)، أما بالنسبة إلى من يفوق عمرهم الرابعة والأربعين عاماً فإن نسبتهم تصل إلى (١٢٪).

- ويشير أيضا إلى أن أكثر المواضيع شعبية بين مستخدمي الإنترنت في الشرق الأوسط على التوالي الموسيقي والأفلام (67%)، قضايا المجتمع (46%)، الرياضة (43%)، السياسة (34%)، دين (14%).

- وأخيراً يشير الموقع إلى أن توزيع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في منطقة الشرق الأوسط يعتبر توزيعاً غير متساوي؛ حيث تحتل المملكة العربية السعودية ودولة الإمارات العربية المتحدة الصدارة في منطقة دول الخليج بنسبة تبلغ (٨٠٪) تقريباً. وفي المقابل، فإن (١) من كل (٤) مستخدمين لشبكة "الفيس بوك" في الشرق الأوسط هم من مصر (عمران، 2013).

وأخيراً كان لابد من تناول إحصائيات تتعلق باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على المستوى المحلي؛ فقد أشارت البيانات الرسمية التي أصدرتها دائرة الإحصاءات العامة إلى ما يلي:

- بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن بشكل عام قرابة (4.5) مليون مستخدم، منهم حوالي (2.6) مليون يستخدمون شبكة "الفيس بوك" وهي الشبكة الاجتماعية الأكثرة شعبية.
- أن نسبة الأردنيين من مستخدمي الإنترنت الذين يستخدمون الخدمات الالكترونية بلغت (6.6%)، وبلغت نسبة استخدام التعليم الألكتروني حوالي (4%)، فيما تراجعت نسبة استخدام خدمات البيع والشراء عبر الإنترنت لتسجل (1.5%) فقط.
- أن (37%) من الأردنيين الذين تراوحت أعمارهم (5) سنوات فأكثر استخدموا الإنترنت خلال عام (2012)؛ فقد ارتفعت هذه النسبة عن نسبة العام الماضي والتي بلغت (34%).
- بلغ عدد مستخدمي الأنترنت في الأردن حتى نهاية عام (2012) (4.260) مليون مستخدم، في حين بلغ عددهم (3.137) مليون مستخدم في عام (2011)؛ أي بنسبة ارتفاع بلغت (35.7%).
- احتلت شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والتوتير" في عام (2012) موقع الصدارة ضمن قائمة خدمات الإنترنت الأكثر استخداماً وإقبالاً من قبل الأردنين في العالم الافتراضي؛ فقد استحوذت خدمات شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والتوتير" على نسبة بلغت (72.4%) من عدد الأفراد المستخدمين للإنترنت بشكل عام في المملكة. بينما ذكرت نتائج المسح أن خدمة الاستماع للموسيقى ومشاهدة الأفلام جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (71%) من المستخدمين للإنترنت في المملكة الاردنية الهاشمية.

- وجاءت خدمات مطالعة الصحف والمجلات والأخبار في المرتبة الثالث، بنسبة بلغت (66%) من إجمالي مستخدمي الإنترنت، وبعدها خدمة الألعاب الإلكترونية بنسبة بلغت (65.3%) من مستخدمي الإنترنت.

وأخيراً يشير نتائج المسح أنه خلال السنوات الأربع الأخيرة شهدت خدمات الإنترنت في المملكة بشكل عام توسعا وانتشاراً مطرداً، نتيجة دخول تقنيات حديثة لاسلكية مثل "الواي ماكس" و"الجيل الثالث" وانخفاض أسعار الخدمات وأجهزتها، لا سيما الأجهزة الذكية والحواسيب المتنقلة والأجهزة اللوحية (المبيضين، 2013). بالإضافة إلى تقنية الجيل الرابع (4G/LAT) التي أطلقتها شركة زين بتاريخ (2015/2/16)، والتي تتميز بسرعات عالية جداً تصل إلى (150) ميغابت في الثانية، وسعات كبيرة، وبتغطية تشمل جميع المحافظات من خلال تزويدها بعدد من المحطات التي وصلت إلى (100) محطة بما يضمن جودة التغطية التي تتيح الإنترنت المتنقل بضمان سرعات عالية للجميع. فمن المتوقع أن تساهم هذه التقنية بنمو وتطور قطاع الاتصالات الأردني بصورة كبيرة خلال الفترة المقبلة (شركة زين، 2015)

ولابد من الإشارة هنا أن هناك تزايداً ملحوظاً في نسب ومعدلات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تجعلنا نميل إلى التأكيد على ارتفاع النسب والمعدلات المذكورة سواءاً على المستوى العالمي أو الوطني أو المحلي.

الفصل الثالث

نظرية الاستخدامات والإشباعات

المسلمات ونتائج الاستخدام

الفصل الثالث

نظرية الاستخدامات والإشباعات

المسلمات ونتائج الاستخدام

1-3 مقدمة

تعد نظرية الاستخدامات والإشباعات (Uses and Gratification Approach) من أكثر النظريات الإعلامية قدرة على تفسير الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام، بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي، فيما يتعلق بتحقيق أهداف الأفراد – الشخصية والاجتماعية والترفيهية – وبإشباع حاجاتهم المتعددة وتلبيتها من خلال التعرض لوسائل الإعلام ومحتواها؛ إلا أن التحدي الأكبر هنا والذي أشار إليه عبد الحميد (1997) هو "ربط هذه النظرية بالتأثير وإقامة الدليل على قيام العلاقة بين الاستخدام وتحقيق الرضا والإشباع من جانب وحدوث الأثر من جانب آخر" (ص: 228).

وقد ظهرت نظرية الاستخدامات والإشباعات بصورتها الكاملة في كتاب "أثر استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" لصاحبيه "كاتز وبلملر" (katz & Blumler) سنة (1974)؛ بحيث تضمن هذا الكتاب الوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال ودوافع استخدام الفرد لها، إلا أن الاهتمام بهذه النظرية بدأ منذ الأربعينات من القرن العشرين، وذلك بسبب إدراك الباحثين للآثار الناتجة عن الفروق الفردية بين الأشخاص، والتباين الاجتماعي فيما يتعلق بسلوكهم المرتبط بوسائل الإعلام. وقد ظهر هذا الأهتمام من خلال دراسات لازرسفيليد (Lazarsfeld) عن دوافع الاستماع إلى الراديو، ودراسات بيرسون (Berison) حول أسباب قراءة الصحف. ثم تطورت دراسات هذا المدخل في السبعينيات عندما اهتم الباحثون بحاجات الجمهور الاجتماعية والنفسية كما ذهب كاتز (katz). وجاءت دراسات ماكويل وبلملر (Mcquail & Blumler) عن محتوى التلفاز لتؤكد على الربط بين استعمال محتوى برامج التلفزيون والظروف الاجتماعية للمشاهد (نجم، 2011). أما الدراسة التي أجرها "اليهو كاتز" (1959) فهي البداية الفعلية لنشأة نظرية الاستخدامات والإشباعات؛ إذ تحول التساؤل الرئيسي من: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى: ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ فالجمهور هو الذي يختار وسائل الإعلام أو رسائل معينة لإشباع حاجات معينة لديه (صلاح، 2004). أي أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تنظر إلى الجمهور وكأنه الأداة المحركة للعلاقة بين وسائل الإعلام وبين إشباع حاجاتهم وتلبيتها، وذلك من خلال اختيارهم لوسائل الإعلام التي تناسبهم.

2-3 الاستخدامات والإشباعات: المفاهيم والفروض والأهداف

لزيادة التأكيد على أهمية نظرية الاستخدامات والإشباعات كأطار نظري عام لهذه الدراسة كان لابد من الوقوف بشيء من التفصيل على ما يلي:

❖ **المفاهيم الأساسية**

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على المفاهيم الرئيسية الآتية:

- **الاستخدام**: طرح هذا المفهوم من قبل "جاك بريوت" (jacques perrant) في كتابه منطق الاستخدام في بداية الثمانينات، (بوخنوفة، 2007، ص: 49). ويعرف المعجم (le robert de sociologie) الاستخدام بأنه "نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي لدى ثقافة معينة بفضل التكرار والقدم" (Breton& prouloux, 2006, pp: 256- 257). في حين يؤكد (سيفن ونداهل) "أن الاستخدام ربما يشير إلى عملية معقدة تتم في ظروف معينة، يترتب عليها تحقيق وظائف ترتبط بتوقعات معينة عن الإشباع، ولذلك فإنه لا يمكن تحديده في إطار مفهوم التعرض فقط، ولكن يمكن وصفه في إطار كمية المحتوى المستخدم/ نوع المحتوى/ العلاقة مع وسيلة الإعلام/ طريقة الاستخدام، وعلى سبيل المثال تحديد ما إذا كان الاستخدام أولياً أو ثانوياً" (عبد الحميد، 1997، ص: 228). وقد تعزز مفهوم المستخدمين والذي يرمز إلى "الجمهور النشط الإيجابي، ويحدد نوع الموضوع الذي يرغب في التعرض له والوسائل التي يتعرض لها، وفقاً للمعلومات التي يرغب في الحصول عليها نتيجة ظهور الوسائل الاتصالية الحديثة" (عبد الفتاح، 2009، ص: 72).

- **الإشباع**: هو "إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع"، وتدل الكلمة أيضاً "على الحال التي يتم فيها ذلك"، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي "خفض التنبيه والتخلص من التوتر. فالتراكم والتنبيه يولد إحساساً بالألم، ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض التنبيه كأنه لذة، وبذلك يرتبط مفهوم الاشباعات بمفاهيم أخرى هي الحاجة والرغبة والدافع" (حجاب،2004، ص: 4874).

- **الحاجة**: تعرف الحاجة بأنها: "الافتقار إلى شيء ما إذا وجد حقق الإشباع والارتياح للكائن الحي" (زهران، 1990، ص: 294). كما وتعرف بأنها: "حالة تنشأ من عدم الاتزان بين الكائن الحي وبين بيئته الخارجية". كما أن الحاجة هي: "إحساس الكائن الحي بافتقاد شيء ما، وقد تكون داخلية أو خارجية، وتنشأ عنها بواعث معينة ترتبط بموضوع الهدف (الحافز)، وتؤدي الاستجابة لموضوع الحافز إلى خفض الحاجز، وتأخذ هذه الدوافع والحاجات – كما يرى "كريتش وكرتشيفليد"- شكل مدرج، مرتباً حسب الأهمية بالنسبة للفرد" (منسي وآخرون، 2003، ص: 231).

❖ **فروض النظرية**

تنبثق نظرية الاستخدامات والإشباعات من خمسة فروض أساسية هي:

1. جمهور وسائل الإعلام جمهور نشيط يتسم بالإيجابية ويشارك بفاعلية في العملية الاتصالية ويرتبط استخدامه لوسائل الاتصال بأهداف محددة لديه.
2. الجمهور قادر على تحديد اهتماماته واحتياجاته ودوافع تعرضه لوسائل الإعلام وبالتالي يختار الوسائل التي تشبع حاجاته ورغباته.
3. تتنافس وسائل الإعلام مع الوسائل الأخرى لإشباع احتياجات الجمهور مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الرسمية أو الأكاديمية وغيرها، وتتأثر العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال بعوامل بيئية عديدة لديه (الطرابيشي والسيد، 2006).
4. يعبر استخدام وسائل الإعلام عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي، وبذلك تختلف الحاجات من شخص إلى آخر.
5. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، وليس من خلال محتواها فقط (الشامي، ٢٠٠٢).

❖ **أهداف النظرية**

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. التعرف إلى كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام؛ حيث تنظر إلى أن الجمهور نشيط يختار الوسائل التي تشبع رغباته وحاجاته، كما تقوم هذه النظرية بدراسة الاستخدام والتعرض وتصنيفه إلى فئات تحدد شدته وكثافته. وتحاول بالتالي التعرف على الإشباع الذي تحققه وسائل الإعلام للأفراد الذين يتعرضون إليها من خلال مجموع الوظائف التي يتعين على هذه الوسائل القيام بها.

2. شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الإعلام والتفاعل الذي يحدثه هذا التعرض، بمعنى أن النظرية تسعى إلى إيجاد العلاقة بين رغبات الجمهور من جهة وتأثير وسائل الإعلام من جهة أخرى، ثم الانتهاء إلى أن رغبات الجمهور يتم تلبيتها عن طريق التعرض لوسائل الإعلام.

3. في حين تهدف نتائج استخدام وسائل الإعلام إلى الفهم الجيد لعملية الاتصال الجماهيري (الخوالدة والعموش، 2009).

يربط "آلان روبن" الأهداف الثلاثة السابقة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي؛ حيث يكون الفرد هو وحدة التحليل، وتكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي هي البناء، وتكون ملاحظة سلوك الفرد عند استخداماته لوسائل الاتصال هي الأنشطة، وتكون نتائج نمط السلوك الفردي في علاقته مع كل من وسائل الاتصال والمحتوى والاهتمامات العامة للجماهير هي الوظائف (مكاوي والسيد، 2008)، إلا أن مفهوم الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام هي نفسها البدائل الخاصة التي يستخدمها الباحثون للكشف عن دوافع التعرض إلى الوسائل أو محتواها. وقد تم تصنيف الأسباب والحاجات في إطار الوظائف الرئيسية كالآتي:

1. **وظيفة الإعلام:** وتتمثل في رغبة الفرد معرفة ما يدور من وقائع وأحداث تحيط به في مجتمعه والعالم الخارجي/ البحث عن النصيحة أو بدائل القرارات/ حب الاستطلاع والاهتمام العام/ التعليم والتعلم الذاتي.

2. **وظيفة تحديد الهوية الشخصية:** وتتمثل في الحاجة إلى دعم القيم الشخصية/ دعم أنماط السلوك/ التوحد مع القيم/ اكتساب وظيفة تحقيق الفرد لذاته.

3. **وظيفة التماسك والتفاعل الاجتماعي:** وتتمثل في حاجة الفرد إلى التعرف على ظروف الآخرين/ دعم القدرة على التواصل مع الآخرين وتحقيق الانتماء/ الحوار والتفاعل الاجتماعي/ دعم الدور الاجتماعي.

4. **وظيفة الترفيه:** وتتمثل في حاجة الفرد إلى الهروب من المشكلات/ الراحة/ ملء الفراغ/ اكتساب الأنماط الثقافية/ المتعة الجمالية/ إطلاق العواطف وتحريرها.

و بالإضافة إلى ذلك؛ فقد لاحظ كل من (وولف وفسك) "Wolf and Fiske" في عام (1949) أن هناك ثلاث وظائف لكوميديا الأطفال، هي وظيفة التجول في العالم الغريب أو الخيالي، تقديم صورة البطل الذي لا يقهر، تقديم المعلومات حول العالم الحقيقي (عبد الحميد، 1997).

3-3 الاستخدامات والإشباعات: مسلمات أساسية

هناك ست مسلمات أساسية تسهم على نحوٍ فاعل في فهم أبعاد نظرية الاستخدامات والإشباعات وهي:

1- **مفهوم الجمهور النشيط:** فكما ذكرنا سابقاً عملت نظرية الاستخدامات والإشباعات على تعديل النظرة السائدة للجمهور الذي كان يعتبر متلقياً؛ بحيث يسهل التأثير عليه وأصبح ينظر إليه على أنه جمهور نشيط ينتقي ويختار ما يهمّه من وسائل الاتصال ليشبع حاجاته في النهاية (الطرابيشي والسيد، 2006).

2- **الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الإعلام:** يعود الفضل في اكتشاف العلاقة بين الأصول الاجتماعية والنفسية ودوافع التعرض لوسائل الإعلام إلى الباحثة "ماتيلدا رايلي"؛ حيث تناولت هذه الأصول من حيث:

-الأصول الاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام: لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الإعلام بإعتبارهم أفرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات منظمة، وعليه فإن العوامل الديموغرافية والاجتماعية مثل (النوع، السن، المستوى العلمي، المستوى الاجتماعي والاقتصادي)، لها تأثيرها في استخدام الجمهور لوسائل الاتصال (مكاوي، ٢٠٠٠).

-الأصول النفسية لاستخدامات وسائل الإعلام: تؤدي الاستخدامات في بعض الأحيان إلى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة إلى إشباع، وبالتالي تحدد العديد من الاستخدامات لوسائل الإعلام؛ حيث يقوم مدخل الاستخدامات والاشباعات على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة وفقاً للظروف النفسية بينهم؛ حيث تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور مشكلات تواجههم ويحقق التعرض لوسائل الاتصال العلاج الأمثل لمثل هذه المشكلات (شاهين، ٢٠٠٠).

3- **دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام:** قسمت معظم دراسات الاتصال دوافع التعرض والاستخدام لوسائل الإعلام إلى فئتين هما: دوافع نفعية ودوافع طقوسية، وتهدف الدوافع النفعية إلى التعرف على الذات، واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها برامج الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية. في حين تهدف الدوافع الطقوسية إلى تمضية الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الخيالية مثل المسلسلات والأفلام والمنوعات وغيرها (مكاوي والسيد، 2008).

أما فيما يتعلق بالحاجات المرتبطة بوسائل الإعلام؛ فقد تم تصنيفها إلى خمس فئات رئيسة:

1. الحاجات المعرفية: وهي حاجة الأفراد إلى المعلومات والمعارف ومراقبة البيئة، مثل حاجتهم إلى معرفة التنبؤات الجوية ومتابعة الموضوعات السياسية والاقتصادية...وغيرها.
2. الحاجات الوجدانية: وهي الحاجات المتعلقة بالنواحي العاطفية والمشاعر؛ بحيث تلبي وسائل الإعلام هذه الحاجة من خلال عبارات الحب والأشعار والتي أصبحت بمتناول الجميع، ومتوفرة بشكلٍ واسع من خلال شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة.
3. حاجات التكامل النفسي: وهي الحاجات المتعلقة بتقوية المصداقية والثقة والتقدير الذاتي وتحقيق الاستقرار الشخصي، ويتجلى إشباع هذه الحاجة من خلال ملاءمة الصفات الشخصية للفرد مع احتياجات سوق العمل على سبيل المثال.
4. حاجات التكامل الاجتماعي: وهي الحاجات المتعلقة بالتواصل مع العائلة والأصدقاء والعالم وتقوم على الرغبة في التقارب مع الآخرين، وتعتبر هذه الحاجات الأكثر إشباعاً على شبكات التواصل الاجتماعي من خلال التواصل مع الأصدقاء والتعرف على أناس جدد...الخ.
5. حاجات الهروب: وهى متعلقة بالهروب من مشكلات الحياة اليومية والرغبة في التسلية، ويتم إشباع هذه الحاجات من خلال ما توفره شبكات التواصل الاجتماعي من وسائل التسلية والترفيه، وذلك عن طريق الألعاب الإلكترونية وأخبار الفنانين والمشاهير ومقاطع الفيديو المسلية...الخ (نجم، 2011).

4- التوقعات من وسائل الإعلام: تعرف التوقعات هنا بأنها "الاشباعات التي يبحث عنها الأفراد من وسائل الإعلام والتي تسهم في اختيار الوسائل والمضامين، وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقاً للفروق الفردية وكذلك وفقاً لاختلاف الثقافات، واختلاف التوقعات يعكس في معظم الأحيان الثقافة السائدة في المجتمع. ويرى "شرام" (Schramm) في هذا الشأن أن الإنسان يختار إحدى وسائل الإعلام المتاحة التي يظن أنها سوف تحقق له الإشباع النفسي المطلوب" (ريفرز وآخرون، 2005، ص: 296).

5- **التعرض لوسائل الإعلام**: تؤكد معظم الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات والإشباعات أن هناك علاقة ارتباط بين البحث عن الإشباعات والتعرض لوسائل الإعلام، بالإضافة إلى سلوك التعرض الذي يعبر عن قدرة أفراد الجمهور على اختيار نوع المعلومات التي تلبي احتياجاتهم (إسماعيل، 2003).

6- الإشباعات المتحققة من التعرض لوسائل الإعلام: لقد قسمها "لورانس وينر" إلى نوعين:

١- إشباعات المحتوى: وتمثل الإشباعات التي تتحقق من التعرض لمضمون الوسائل الإعلامية، فهي ترتبط بالرسالة أكثر من الوسيلة وتنقسم إلى نوعين هما:

- الإشباعات التوجيهية؛ وهي إشباع الحاجة إلى زيادة المعلومات والمعارف وتنمية المهارات الشخصية وتأكيد الذات واكتشاف الواقع، وهذا ما توفره شبكات التواصل الاجتماعي من حيث إبداء الرأي والشعور بالحرية والإفادة من تجارب الآخرين ...الخ.

- الإشباعات الاجتماعية؛ وهي إشباع الحاجة إلى التواصل مع الآخرين والتحدث معهم، من خلال الربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد من وسائل الاتصال وشبكة علاقاته الاجتماعية.

2- إشباعات عملية الاتصال: وتحدث نتيجة لعملية الاتصال واختيار الفرد لوسيلة معينة دون سواها، فهي تتعلق بالوسيلة أكثر منها بالمضمون، وتنقسم إلى نوعين هما:

- الإشباعات شبه التوجيهية؛ وهي إشباعات مكملة للإشباعات التوجيهية وتتعلق بإشباع الحاجة إلى الراحة والاسترخاء والمتعة والدفاع عن الذات.

- الإشباعات شبه الاجتماعية؛ وهي إشباعات مكلمة للإشباعات الاجتماعية وتتعلق بإشباع الحاجة إلى التخلص من العزلة والإحساس بالضيق والملل وعدم الشعور بالوحدة (المشمشي، ٢٠٠٢).

وهذه الأنماط من الحاجات والدوافع ليست واحدة عند كل الأفراد، ولكنها تتغير بتغير المواقع والأدوار والأعمار وكذلك بتغير المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة.

تعرضت نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى مجموعة من الانتقادات، كان من أبرزها اعتبار هذه النظرية وسيلة أو أداة إستراتيجية لجمع المعلومات فقط، وعدم تقديمها تفسيراً واضحاً ودقيقاً لمفهوم النشاط الذي تصف به جمهور المتلقين في علاقته بالاستخدام والإشباع، بالإضافة إلى تخصيص الجزء الأكبر من اهتمامها لتلبية حاجات الترفيه والتسلية والهروب من واقع الحياة المعاشة، أكثر من اهتمامها بالحاجات الآخرى – النفسية والاجتماعية والمعرفية – الأمر الذي قد ينعكس سلباً على طرق تفكير الجمهور ومستواهم الثقافي والمعرفي... (عبد الحميد، 1997)؛ بحيث دفعت هذه الانتقادات بعض الباحثين إلى إجراء التعديلات والتغيرات على بعض جوانبها، والعمل على توضيح الجوانب الأخرى.

ومع ذلك فإن تطبيق هذه النظرية يعتبر ذا أهمية بالغة في الدراسات المتعلقة باستخدام الإنترنت بشكلٍ عام وشبكات التواصل الاجتماعي بشكلٍ خاص، ويعود ذلك إلى أهمية عوامل الاستخدام والإشباع الخاصة بشبكات التواصل الاجتماعي والتي تتمثل بما يلي:

- إشباع الحاجات الاجتماعية وهي الأكثر انتشاراً؛ وذلك من خلال التعرف على أشخاص جدد، والحفاظ على العلاقات السابقة، وخلق الشعور بالانتماء إلى المجتمع...الخ.

- التعريف بالذات؛ وذلك من خلال تقديم أنفسهم وتطوير شخصيتهم وعلاقاتهم المهنية، التي تمكنهم من الاتصال والتواصل، وذلك عن طريق بياناتهم الشخصية التي تتمثل بالاسم والعمر ومكان الإقامة...الخ.

- الحصول على المعلومات؛ وذلك من خلال الحصول على المعلومات المخصصة لهم على الشبكات الاجتماعية، والاطلاع على الأحداث والقضايا السياسية والمدنية.

وإلى جانب هذه الاستخدامات تستخدم الشبكات الاجتماعية أيضا استخداماً معرفياً يتمثل بالنقاش والتعاون .... وغيرها، وأيضاً بالاستخدامات الإعلامية مثل إجراء استطلاعات الرأي وقياس الاتجاهات ومتابعة البث الحي للمؤتمرات والندوات المباشرة...إلخ (Gallion, 2008).

4-3 منظور الاستخدامات والإشباعات: نتائج استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

انطلاقاً من أن الأطفال هم جيل المستقبل، والعنصر الأكثر أهمية في المجتمع فكان لابد من تناول مدى تأثير الإعلام الجديد المتمثل بشبكات التواصل الاجتماعي على هذه الفئة الهامة من فئات المجتمع. وعلى الرغم من اختلاف وجهات النظر بين الباحثين حول تعريف الطفولة وتحديد مراحلها العمرية، إلا أن التعريف المتداول هو تعريف الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل في مادتها الأولى، والذي ينص على أن الطفل هو: "كل إنسان لم يتجاوز الثامنة عشرة ما لم يبلغ سن الرشد قبل ذلك بموجب القانون المطبق عليه" (الحملة العالمية لحقوق الإنسان، 1991، ف ص: 17). وعلى الرغم من أن إقبال الأطفال على استخدام الشبكة العنكبوتية "الانترنت" أصبح مبكراً جداً؛ فقد يبدأ من عمر الأربع سنوات تقريباً، إلا أنه من الواضح أن الغاية الأساسية من استخدام شبكة "الأنترنت" في مرحلة الطفولة المبكرة والمتوسطة هو إشباع حاجاتهم للتسلية والترفيه وملء وقت الفرغ، وذلك من خلال الألعاب الإلكترونية ومشاهدة مقاطع الفيديو وأفلام الكرتون...الخ.

ولا ريب في أن ما يهمنا في هذا الصدد هو الفترة الزمنية التي تبدأ فيها اهتمامات الأطفال بالتوجه نحو استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ وذلك بهدف التعرف على الدور الذي تلعبه هذه الشبكات في تحقيق الدوافع الأساسية عند الأطفال، وقدرتها على المساهمة في إشباع حاجاتهم النفسية والاجتماعية والمعرفية والترفهيه، والنتائج المترتبة عن استخداماتها على حياة هؤلاء الأطفال. ومن هنا فقد ارتأت الباحثة أن تتناول الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين (13-16) سنة بالدراسة والتحليل، وذلك بسبب قلة أو ندرة الدراسات – خاصة الدراسات العربية – التي تناولت هذه الفئة العمرية وعلاقتها بوسائل الإعلام الحديثة، ولأن هذه الفترة الزمنية من حياة الأطفال تعتبر مرحلة انتقالية – من مرحلة الطفولة المتأخرة إلى مرحلة المراهقة المبكرة – يتعرض خلالها الأطفال إلى الكثير من التغيرات في الخصائص النمائية الجسمية والعقلية والنفسية والاجتماعية.

وقد أشار "الحاضر" في دراسته التي جاءت تحت عنوان "الخصائص النمائية لطلاب المرحلة المتوسطة" إلى أن هذه المرحلة تتميز من **الناحية العقلية**؛ بالنمو العقلي السريع والنضج في القدرات، ونمو الذكاء والقدرة على التعلم، وعلى إكتساب المهارات والمعلومات، ونمو الانتباه والتذكر والتفكير والقدرة على التحليل والتركيب، بالإضافة إلى زيادة القدرة على إدراك مفهوم الزمن خاصة المستقبل والتخطيط له، والقدرة على التجربة وفهم الرموز أكثر من ذي قبل...الخ. في حين تتصف هذه المرحلة من **الناحية الإنفعالية (النفسية)**؛ بالانفعالات العنيفة والمتهورة، وبالتناقض والتذبذب الإنفعالي وعدم الثبات؛ بحيث تتذبذب الإنفعالات بين الحب والكره والشجاعة والخوف وبين الإنعزالية والاجتماعية وبين الحماس واللامبالاة. كما وتبدأ الرغبة في تحقيق الاستقلال الانفعالي والاستقرار وتكوين الشخصية المستقلة بالظهور.... بالإضافة إلى ظهور نتائج التغيرات الجسمية والوجدانية أيضاً والتي تتمثل بالخجل والميول الانطوائية والتمركز حول الذات، والاحساس بالذنب والخطيئة نتيجة المشاعر الجديدة خاصة ما يتعلق منها بالجنس؛ بحيث يعتبر الحب من أهم المظاهر الانفعالية في هذه المرحلة.

أما من **الناحية الاجتماعية**؛ فقد تميزت هذه المرحلة باتساع نطاق الاتصال الشخصي مع الآخرين، وخاصة جماعات الأصدقاء والمعارف، وذلك من خلال تهذيب السلوك الاجتماعي، وزيادة الوعي بالمكانة الاجتماعية والطبقة الاجتماعية، ونمو الوعي الاجتماعي والمسئولية الاجتماعية، ويستمر تعلم القيم والمعايير من الوالدين والمدرسة؛ بحيث تظهر النزعة إلى الاستقلال الاجتماعي والانتقال من الاعتماد على الغير إلى الاعتماد على النفس، كما وتظهر سلوكيات متذبذبة بين الأنانية والإيثارية، بالإضافة إلى سلوكيات التمرد والسخرية والتعصب والمنافسة، وضعف القدرة على فهم وجهة نظر الكبار وعدم تقبل النصيحة.

كما وأن المنافسة تعد من أهم مظاهر النمو الاجتماعي، وخاصة المنافسة على منصب القيادة والذي يتطلب شخصية قوية ونمو الذات الاجتماعية في ظل التفاعل الاجتماعي وتنظيم العلاقات مع الآخرين (الحاضر، www.qaisschool.com/w2.doc).

ولابد من الإشارة هنا إلى العلاقة بين التأثيرات التي تحدثها هذه التغيرات على شخصية الأطفال – وخاصة فيما يتعلق بتحقيق دوافعهم وإشباع حاجاتهم – وبين اعتمادهم على النظام الإعلامي؛ حيث يرى "ديفلير وروكيتش" (Defleur and Keach) أن اعتماد الجمهور على نظام وسائل الإعلام يظهر بتأثير دوافع النمو والبقاء في المراحل العمرية المختلفة، التي تجعل الفرد يسعى إلى تحقيق ثلاثة دوافع رئيسة هي: فهم الذات والعالم المحيط به، ثم توجيه الفرد إلى الأنماط السلوكية والقرارات الخاصة والاجتماعية وكذلك دافع التسلية؛ بحيث تكمن قوة وسائل الإعلام طبقاً لنظرية الاعتماد هذه في سيطرة وسائل الإعلام على نظم المعلومات التي يحقق الفرد من خلالها دوافعه الرئيسة المذكورة، وهذه الدوافع يمكن أن تتسع وتتزايد كلما زاد المجتمع تعقيداً. ويزيد معها بالتالي اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام التي تصلهم بمصادر المعلومات التي تحقق لهم هذه الدوافع. ونظراً لاختلاف الأفراد في دوافعهم ومصالحهم فإنهم يختلفون أيضاً في درجة الاعتماد على نظم وسائل الإعلام، وبالتالي يشكلون نظماً خاصة لوسائل الإعلام ترتبط بالدوافع والحاجات الفردية لكل منهم وطبيعة الاعتماد ودرجته على كل وسيلة من الوسائل في علاقتها بهذه الدوافع.

ويترتب على اشتراك الأفراد في بعض الدوافع ودرجة الاعتماد على الوسائل التي تحقق هذه الدوافع، ظهور نظم مشتركة لوسائل الإعلام بين الفئات أو الجماعات. فعلى سبيل المثال يجتمع الأفراد الذين يهتمون بالشؤون المحلية بدرجة كبيرة في فئة لها نظامها الإعلامي الخاص، عندما ترى أن هذا الاهتمام يتحقق من خلال قراءة الصحف المحلية، وغيرهم في فئات تبحث عن التسلية والإسترخاء من خلال برامج معينة في التلفزيون ... وهكذا يوحي هذا التقسيم إلى فئات بوجود نظم متفاوتة لوسائل الإعلام بالنسبة للأفراد تحددها طبيعة الدوافع، ودرجة الاهتمام بها، وطبيعة الاعتماد على وسائل معينة ودرجته لتحقيق هذه الدوافع. وهذه النظم الإعلامية الخاصة بكل فرد، ومن ثم بكل فئة، هي التي دعت إلى اتجاه الوسائل الإعلامية إلى التخصص في تلبية الدوافع وتقديم المحتوى الذي يرتبط بهذه الدوافع، التي تتمسك بها بعض الفئات من جمهور المتلقين.

ويقوم المنظور الخاص باعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، على دعامتين رئيستين قدمهما "ميليفن وروكيتش" **الدعامة الأولى**: أن هناك دوافع للأفراد يبغون تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الدوافع شخصية أو اجتماعية.

الدعامة الثانية: اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الدوافع الخاص بالأفراد، وتتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها، مروراً بعملية الإعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات ثم نشرها بصورة أخرى (عبد الحميد،1997).

كما تعد هذه المرحلة من مراحل الطفولة نقطة تحول مهمة فيما يتعلق بالحاجات؛ بحيث تبدأ الحاجات "النفسية والاجتماعية والمعرفية" بالظهور السريع والمستمر، بعد أن كانت الحاجات البيولوجية والتي تتمثل بـ (المأكل والمشرب والمبلس والنوم...الخ) هي المسيطرة بشكلٍ أكبر. كما وأن تطور الحياة أدى إلى تطور حاجات الإنسان بشكلٍ عام والأطفال بشكلٍ خاص، فما كان يعد حاجة ثانوية في عصر من العصور أصبح مع التطور الهائل في مجالات الحياة المختلفة حاجة أساسية. وعلى الرغم من أن شكل الحاجة وطرق إشباعها تختلف من مجتمع لآخر، إلا أن ذلك لا يمنع أن تكون هناك حاجات مشتركة بين الأفراد. فالحاجة تنشأ لدى الكائن الحي إذا لم تتفق العوامل البيئية الخارجية مع العوامل البيولوجية الحيوية اللازمة لحفظ بقائه، مما يؤدي إلى حالة عدم التوازن وانتظام نفسي بين الكائن الحي وبيئته، ومن ثمَّ يسعى الفرد إلى إشباعها مما يعمل على إعادة توازنه النفسي وانتظامه في الحياة (سلامة، 2011). وبما أن شخصية الطفل وتكوينها السليم تعتمد على إشباع حاجاته النفسية والاجتماعية والمعرفية فكان لابد من التركيز على الحاجات التالية بالدراسة والتحليل:

1. **الحاجة إلى الحب والحنان** وهي تتمثل في تقبل الآخرين؛ حيث تبدأ حاجة الطفل للحب والحنان منذ مولده، والتي تنبع من شعور الطفل بأنه في حاجة إلى أن يكون محبوباً من أبويه وإخوته؛ مما يولد لديه الثقة بالنفس وبالآخرين، وتتألف هذه الحاجة من عنصرين أساسيين يصعب الفصل بينهما في كثير من الأحيان وهما: الرغبة في الود من الآخرين، والرغبة في الحصول على المساعدة والمعونة والحماية والتأييد من شخص آخر أو جماعة أخرى (قناوي،1983). وعدم إشباع هذه الحاجة يؤدي إلى الشعور بالقلق والتوتر والاضطراب ...الخ، لذلك فإن إشباعها في مرحلة الطفولة بشكلٍ خاص يعد أمراً حيوياً وضرورياً؛ حيث يترتب على إشباعها مدى إحساس الفرد بالأمن والطمأنينة والثقة بالنفس، كما يسهم في تشكيل شخصية الإنسان وفي نموه نمواً سليماً (الشوربجي، 2003).
2. **الحاجة إلى الانتماء** وهي تتمثل في إيجاد مكانة بين الآخرين والاندماج معهم؛ فمن المعروف أن الإنسان كائن اجتماعي بطبعة لا يستطيع أن يحقق الرضا عن حياته إلا من خلال مقدار الانتماء الذي يحققه مع الجماعة التي يعيش فيها. والانتماء يعني علاقة شخصية إيجابية، وحميمية في بعض الأحيان (Zimbardo & Formica, 1963).

ويمكن أن يشتمل الانتماء على الاهتمام بإنشاء علاقة عاطفية إيجابية أو الحفاظ عليها أو استعادتها مع شخص أو أشخاص آخرين (Byrne, 1961) وغالباً ما يؤدي عدم إشباع هذه الحاجة إلى ظهور العديد من المشكلات الاجتماعية والإضطرابات في الشخصية، كالتشتت وعدم الشعور بالحماية والاطمئنان والشعور بالقلق والتوتر... الخ لدى الأطفال. ولذلك يجب مساعدة الأطفال على إشباع هذه الحاجة من خلال مساعدتهم على تحقيق الاندماج مع الجماعة التي ينتمون إليها، سواء جماعة الأسرة والأقارب أو جماعة الرفاق (الطحان، 1987).

3. **الحاجة إلى تعلم المعايير السلوكية الخاصة بكل مجتمع** وهي تتمثل بزيادة الإلتزام بالعادات والتقاليد والقيم والأخلاق مثل (احترام الكبير والعطف على الصغير وإماطة الأذى عن الطريق ....الخ)؛ بحيث يقوم كل مجتمع بتحديد المعايير السلوكية الخاصة به، والتي يتم تعلمها من قبل المؤسسات القائمة على عملية التنشئة الاجتماعية مثل "الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام ... وغيرها"، وبما أن المجتمع يتوافق ويرحب بمن يحترم هذه المعايير، فإن حاجة الطفل إلى المساعدة تظهر في تعلم المعايير السلوكية نحو الأشخاص والأشياء، وحاجته إلى الإلتزام بهذه المعايير بكافة نشاطاته، وغالباً ما يتم إشباع هذه الحاجة من خلال قيام الأسرة بمساعدة الطفل على فهم حقوقه وواجباته، وما ماله وما عليه، وما يفعله وما لا يفعله، وما يصح وهو في حدود الأسرة وما يصح وهو في خارج نطاقها (زهران، 1990).

4. **الحاجة إلى التقدير الاجتماعي** وهي تتمثل في الشعور بالتقدير والقبول والاعتراف من الآخرين؛ ويقصد بحاجة التقدير الاجتماعي لدى الأطفال شعور الطفل في هذه المرحلة بأنه موضع تقدير وقبول واعتراف من الآخرين، وبأنه مرغوب فيه من الجماعة التي ينتمي إليها، مما يساعده على القيام بدوره الاجتماعي بصورة صحيحة، تتناسب مع سنه وإمكانياته وقدراته، وتتواءم مع العادات والتقاليد السائدة في مجتمعه. وتلعب عملية التنشئة الاجتماعية الأسرية دوراً مهماً في إشباع هذه الحاجة، مما يترتب عليها نشأة الطفل نشأة سوية فيما بعد. وتتفق هذه الحاجة مع الحاجة إلى التقبل والانتماء، فهو يجب أن يشعر بأنه موضع فخر واعتزاز من قبل أسرته والمحيطين به (الديب، 1998). ومن هنا فإن إشباع هذه الحاجة يحقق للطفل الشعور بالطمأنينة والرضا عن النفس، في حين أن عدم إشباعها يولد لديه القلق ويخلق لديه شخصية عدوانية قابلة للانحراف (الطحان، 1987).

5. **الحاجة إلى تقدير الذات واحترامها** وهي تتمثل في التعبير عن النفس في حدود قدراتها وإمكانياتها؛ بحيث يحتاج الطفل إلى الشعور بأنه كفؤ يستطيع تأكيد ذاته وتحقيقها، وأنه قادر على التعبير عن نفسه في حدود قدراته وإمكانياته؛ لذا فهو يسعى دائماً للحصول على المكانة المرموقة التي تعزز ذاته وتؤكد أهميتها (زهران، 1990).

يتم تأكيد الذات والتعبير عنها من خلال ميل الأطفال إلى فرض شخصيتهم وفرض كلامهم. وتقدير الذات لا يولد مع الإنسان، بل هو مكتسب من تجاربه في الحياة وطريقة رد فعله تجاه التحديات والمشكلات في حياته (ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، **تقدير الذات، 2014**). وتنبع أهمية إشباع هذه الحاجة من أن إشباعها يؤدي إلى النمو السوي للذات عند الأطفال، وتنمية مفهوم صحي موجب للذات، في حين أن عدم إشباعها غالباً ما يؤدي إلى اضطرابات نفسية عامة ومشكلات في الشخصية بوجه خاص؛ وذلك لأن الهدف الأساسي لهذه الحاجة هو بناء الشخصية القوية للطفل والنمو السليم (الطحان، 1987**).**

6. **الحاجة إلى تحقيق الذات** وهي تتمثل في تحقيق آماله وطموحاته بما يتناسب مع شخصيته؛ وتبدأ هذه الحاجة بالظهور منذ مرحلة الطفولة وتتطور مع تقدم العمر. وتحقيق الذات هنا يشير إلى حاجة الإنسان إلى استخدام كل قدراته ومواهبه وتحقيق كل إمكاناته الكامنة وتنميتها إلى أقصى مدى يمكن أن تصل إليه؛ أي تحقيق طموحات الفرد العليا في أن يصل فيها إلى درجة مميزة عن غيره ويصبح له كيان مستقل، وتعتبر الحاجة إلى الاستقلال من أهم مكونات هذه الحاجة. وهذا التحقيق للذات لا يجب أن يفهم في حدود الحاجة إلى تحقيق أقصى قدرة أو مهارة أو نجاح بالمعنى الشخصي المحدود.. وإنما هو يشمل تحقيق حاجة الذات إلى السعي نحو قيم وغايات عليا مثل الكشف عن الحقيقة.. وتحقيق النظام.. وتأكيد العدل.. الخ. وتمثل هذه القيم والغايات في رأي ماسلو حاجات أو دوافع أصيلة وكامنة في الإنسان بشكل طبيعي، مثلها في ذلك مثل الحاجات الأدنى إلى الطعام.. والأمان.. والحب.. والتقدير. فهي جزء لا يتجزأ من الإمكانات الكامنة في الشخصية الإنسانية والتي تلح من أجل أن تتحقق لكي يصل الإنسان إلى مرتبة تحقيق ذاته، والوفاء بكل دوافعها أو حاجاتها (ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، **أبراهام ماسلو**، 2014**).**

7. **الحاجة إلى الأمان العاطفي** وهي تتمثل في تجنب المخاطر والخوف من الأشياء غير المألوفة؛ وتعتبر هذه الحاجة من أهم الحاجات النفسية، خاصة في مرحلة الطفولة المبكرة، وذلك لأن الخوف يعتبر من العوامل التي تؤثر في نمو الطفل وتسبب اضطرابات في شخصيته المستقبلية، ومن هنا فإن إشباع الحاجة إلى الأمن العاطفي بالنسبة للأطفال يشعرهم بالدفء والأمان، مما يساعدهم على النمو السليم في جميع الجوانب الجسمية والنفسية والاجتماعية والعقلية؛ والتي تجعله قادراً على تحمل المسؤولية والاعتماد على الذات في مواجهة المواقف المختلفة في حياته المستقبلية، في حين أن عدم إشباعها غالباً ما يؤدي بالطفل إلى ممارسة أساليب سلوكية قد تكون انسحابية أو عدوانية، وتتمثل بالسلوكيات التالية: الخجل والتردد والإرتباك والإنطواء والحرص الشديد والعجز في الدفاع عن النفس وغير ذلك (زهران، 1990).

8. **الحاجة إلى الحرية والاستقلال** وهي تتمثل في الاعتماد على النفس وتحمل بعض المسؤوليات؛ وتبدو هذه الحاجة في ميل الطفل إلى تحمل بعض المسئولية في البداية ثم تحملها كاملة فيما بعد، ويجب أن ندرب الطفل على تحمل نتيجة أفعاله ومعاملته على اعتبار أن له شخصيته المستقلة، بالإضافة إلى تدريب الطفل على احترام حرية وخصوصية الغير (ماسلو، هرم ماسلو للحاجات الإنسانية ؟). وتظهر أهمية إشباع حاجة الطفل إلى الشعور بالحرية والإستقلال في هذه المرحلة وتسيير أموره بنفسه دون مساعدة من الآخرين، في أنها تؤدي إلى زيادة ثقته بنفسه. وعلى العكس من ذلك، فإن عدم إشباعها سيؤدي حتماً إلى فقدان الثقة بالنفس وظهور الميول الانعزالية لدى الطفل (زهران، 1990).

9. **الحاجة إلى التحصيل والنجاح والتفوق (الإنجاز)** وهي تتمثل في البحث والاستطلاع والاستكشاف وحب المغامرة واكتساب المهارة اللغوية؛ وتشير هذه الحاجة إلى حاجة الطفل للتحصيل والإنجاز لتحقيق ذاته وتأكيد وجوده، وتشير أيضاً إلى رغبة الطفل في تنمية مهاراته إلى الحد الذي يسمح له بالسيطرة على جوانب بيئته، وأن ينجح في أداء ما يكلف به من أعمال ويرى نتيجة عمله ماثلة أمامه، وتظهر الحاجة إلى التحصيل والنجاح أيضاً في ميل الطفل إلى التعبير عن نفسه والإفصاح عن شخصيته في كلامه وأعماله وألعابه، وكل ما يشترك فيه ويقدمه من خدمات للآخرين في حدود قدراته وإمكانياته، وهذا ما يؤكد ارتباط هذه الحاجة بالحاجة إلى التقدير الاجتماعي (قناوي، 1983). ويسعى الطفل دائماً لإشباع هذه الحاجة عن طريق الإستطلاع والإستكشاف والبحث وراء المعرفة الجديدة؛ حتى يتعرف على البيئة المحيطة به وينجح في الإحاطة بالمعالم والعالم من حوله (زهران، 1990).

وتظهر الأهمية الكبرى لضرورة إشباع وتلبية هذه الحاجة لدى الأطفال، من خلال النتائج الإيجابية التي تنتج عن إشباعها، والتي تتمثل في زيادة ثقة الطفل بنفسة وشعوره بالأمن الذي يدفعه للقيام بسلوكيات أخرى لتحسين سلوكه، فالنجاح يولد مزيداً من النجاح، والعكس صحيح؛ حيث إن الإخفاق يؤدي إلى مزيد من الإخفاق، مما يفقد الطفل ثقته بنفسه، ويزداد شعوره بعدم الكفاءة والنقص، كما أنه يميل إلى الاكتئاب وفقدان الهمة (قناوي، 1983). كما ويمكن استغلال هذه الحاجة في تدريب الأطفال وتزويدهم بآليات حل المشكلات.

ومن ناحية أخرى يعد اكتساب مهارات اللغة المتقدمة من الحاجات المهمة في هذه المرحلة؛ والمقصود بإكتساب المهارات اللغوية هنا تعلم لغات متعددة بالإضافة إلى اللغة الأم، وتعد اللغة الرابط بين النمو العقلي والحسي الحركي، فاللغة بصورتها المنطوقة مظهر من مظاهر النمو العقلي المعرفي ووسيلة من وسائل التخيل والتفكير، ويمكن تنمية هذه الحاجة عن طريق توفير مثيرات لغوية كثيرة في البيئة الاجتماعية (سليم، 2008).

10. الحاجة إلى الرعاية والتوجيه وهي تتمثل في اكتساب الأساليب والفنون الحياتية المختلفة مثل اكتساب مهارات (الإصغاء، والإنصات، والإستماع، والإقناع...الخ)؛ وتأتي أهمية الحاجة إلى الرعاية والتوجيه في مرحلة الطفولة المبكرة بشكلٍ خاص، وذلك بسبب افتقاد الطفل إلى الخبرة الكافية في الحياة الاجتماعية ولأن إشباع هذه الحاجة يكفل تحقيق مطالب النمو للطفل تحقيقاً سليماً، يضمن وصوله إلى أفضل مستوى من مستويات النمو الجسمي والنفسي والاجتماعي، فإن إشباعها يتطلب اهتماماً من نوع خاص ودقيق من قبل الوالدين، لمساعدة الطفل على النمو والتطور ثم الحماية، وذلك من خلال تدخل الوالدين للحيلولة بين الطفل وكافة جوانب الحياة الضارة أو غير المرغوب فيها. والتدخل هنا ليس المراد به الحماية المباشرة فحسب، بل أيضاً إعداد الطفل لمواجهة مواقف الحياة المختلفة، وكذلك تزويده بالأساليب المختلفة التي تكسبه فن العيش والحياة، بالإضافة إلى قيام الوالدين بتوجيه أطفالهم وإرشادهم لإيجاد الفرص التي تساعد على نمو إحساس الطفل بشخصيته، فيشعر بأنه شخص مرغوب فيه، وأنه فرد له حقوق وحدود وقدرات وقيود معينة (الديب، 1998).

11. **الحاجة إلى الترفيه والتسلية** والتي تتمثل بالرغبة في اللعب؛ قد يدرج البعض هذه الحاجة ضمن الحاجات الجسدية لما لها من ارتباط وثيق بالنمو الجسمي، إلا أن هذا لا يمنع من أن تدرج هذه الحاجة أيضاً ضمن الحاجات النفسية والاجتماعية والمعرفية؛ حيث يتعلم الطفل عن طريق اللعب العادات الاجتماعية مثل؛ قواعد اللعب ومراعاة أدوار الآخرين واحترام أفكارهم، كما تظهر من خلاله روح التعاون والإيثار وحب الآخرين والتعاطف معهم، ويمكن أن يكون اللعب وسيلة علاجية لفهم سلوك الطفل وتحليله، كما أن اللعب يفيد في تقوية عضلات الطفل وكذلك في النمو الاجتماعي والانفعالي والعقلي (سليم، 2008).

ومن هنا فإننا نتوقع تبايناً في استخدام وسائل الإعلام مرهونا بالتباين في هذه الحاجات بين الأفراد أو بين الأوقات والمواقف المختلفة للفرد الواحد. ويفسر التباين في سلوك التعرض بالكثافة الشديدة أو التعرض المحدود نتيجة لعدم تلبية وسيلة ما أو محتواها لحاجة أو حاجات لدى الفرد. ولذلك تطورت البحوث إلى الكشف عما تقوم به وسائل الإعلام من أدوار أو وظائف تلبى بها الحاجات الفردية ودوافعها. والكشف عن العلاقة الارتباطية بين تلبية وسائل الإعلام لهذه الحاجات والدوافع واستخدام الأفراد لهذه الوسائل والتعرض لها (عبد الحميد، 1997).

أما بالنسبة لمسألة النتائج المترتبة عن استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي، فيمكننا تفسيرها من خلال نظرية الاستخدامات والإشباعات، والتي تعد من فروع مدخل التأثير المحدود لوسائل الاتصال؛ بحيث يرى هذا المدخل أن الأفراد – الجمهور- يلجأون إلى استخدام وسائل الاتصال التي تحقق لهم حاجاتهم وتشبعها، أي أن الأفراد هم الذين يختارون وسيلة الاتصال التي تحقق لهم دوافعهم المستقبلية وتشبع حاجاتهم المختلفة (النفسية والاجتماعية والمعرفية...الخ). وكما يقول إدلشتاين وآخرون (Edelstein, et al, 1989) "إن تعامل الجمهور مع هذه الوسائل بهذه الطريقة يعمل على حمايته من طغيان تأثيرات هذه الوسائل عليه، أكثر مما تعمله أية عوامل أخرى" (ساري، 2005، ص: 42).

وقد أكد نموذج "وينداهل" للاستخدامات والتأثيرات ذلك؛ حيث يرى أن قرار استخدام وسائل الاتصال يأتي نتيجة للمراحل التالية التي تتمثل في الآتي: تفاعل الخصائص الذاتية والخارجية بما فيها الاهتمامات والحاجات، التي تؤدي إلى رسم التوقعات وإدراك محتوى الإعلام والقائم بالاتصال، ثم قرار الاستخدام بعد المفاضلة بين قرار استخدام البدائل الوظيفية الأخرى أو استخدام وسائل الإعلام ومحتواها. واستخدام وسائل الإعلام يشمل كمية المحتوى/ نوع المحتوى/ العلاقات مع المحتوى/ ثم طرق الاستخدام وأساليبه.

وقد استعرض "وينداهل" في نموذجه ثلاثة أشكال يحدد الأول قرار الاستخدام، والثاني تصنيف المخرجات بناء على تأثيرات خصائص المحتوى أو الاستخدام أو كليهما معاً.

في حين يرى "روز ينجرين" أن عملية الاستخدامات والإشباعات ربما تؤثر في كل من المجتمع ووسائل الإعلام في المجتمع؛ فقد قام ببناء نموذج للاستخدامات والإشباعات يوضح من خلاله أن العلاقات البنائية، تبدأ بوجود الحاجات الفردية التي تتفاعل مع الخصائص الفردية العامة والنفسية، ومع البناء الاجتماعي المحيط بالفرد بما فيه بناء وسائل الإعلام. الأمر الذي يؤدي إلى ظهور مشكلات للفرد، تؤدي بدورها إلى ظهور السلوك الذي يسعى إلى إشباع الحاجات وحل المشكلات، ونتيجة لهذا السلوك تظهر أنماط سلوكية مختلفة، تؤدي هذه الأنماط السلوكية المختلفة مع وسائل الإعلام أو غيرها إما إلى نماذج من الإشباع أو عدم الإشباع، وبالإضافة إلى ما سبق فمن الممكن أن يتأثر ذلك بالخصائص العامة والنفسية والعوامل البيئية والاجتماعية المحيطة بالفرد، مثل بناء وسائل الإعلام والبناء السياسي والاقتصادي والثقافي في المجتمع. وهذه في النهاية تمثل تأثيرات عملية الاستخدام والإشباع التي تعتمد على المتلقي بالدرجة الأولى (عبد الحميد، 1997).

وبالرغم من أن هذا المدخل ينظر إلى وسائل الاتصال باعتبارها مصدراً حيوياً واسعاً يشتمل على الكثير من المعلومات والخدمات التي تسهم وبشكلٍ فاعل في تلبية حاجات ومتطلبات الأفراد، إلا أنه يختلف اختلافاً كلياً مع المدخل القائل بالتأثير القوي لوسائل الاتصال؛ حيث يعتقد دعاة هذا المدخل أن وسائل الاتصال الجماهيرية تتمتع بنفوذ قوي ومباشر وفوري على الأفراد، فلديها القدرة على حملهم على تغيير آرائهم واتجاهاتهم الوجهة التي يرغبها القائم بالاتصال، إلا أن المزيد من التعمق بمسألة النتائج المترتبة عن استخدام وسائل الاتصال على الجمهور يجعلنا نقف على التطورات التي طرأت على التفكير الاجتماعي، والتي تمثلت بنظرية التأثير المعتدل ومداخلها المتعددة كما أوردها "ساري" عام (2005):

أولاً: مدخل ترتيب الأوليات- الأجندة (Agenda Setting): وهو يقوم على الإفتراضات التي لخصها الباحثان "لانج ولانج" على النحو الآتي: "أن وسائل الاتصال هي التي توجه اهتمام الجمهور نحو قضايا بعينها، وهي التي تطرح الموضوعات عليه، وهي التي تقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه، وما الذي ينبغي أن يعرفه أو يشعر به". أي أن الدور الفعلي لهذه الوسائل كما يرى أصحاب هذا المدخل يكمن في تحريك اهتمامات الجمهور بقضايا وموضوعات بعينها لتتفق في ترتيبها مع الترتيب الذي تضعه هذه الوسائل لأهمية هذه القضايا والموضوعات.

ثانياً: مدخل التثقيف أو الغرس الثقافي (Cultivation Approach): يرى هذا المدخل أن وسائل الاتصال تؤثر بشكل قوي في إدراك الأفراد للعالم الخارجي وتبني لديهم اعتقادات خاصة حول طبيعة هذا العالم، وخاصة أولئك الذين يتعرضون لهذه الوسائل بشكل مكثف ولمدة طويلة من الزمن. وعليه فإن الصور الذهنية التي يحملها هؤلاء الأفراد في رؤوسهم ما هي إلا نتيجة لهذا التكرار. وهذا ما أكدته الدراسات التي أجريت في هذا السياق؛ بحيث توصلت إلى نتيجة مفادها أن تعرض الفرد المتكرر للتلفزيون ولفترات طويلة ومنتظمة تنمي لديه اعتقاداً بأن العالم الذي يشاهده هو صورة عن العالم الاجتماعي الذي يعيشه. وتؤكد هذه الدراسات أيضاً أن تأثير التلفزيون كوسيلة اتصالية فاعلة ومؤثرة في تكوين هذه الصورة الرمزية عن العالم الاجتماعي، إنما هو تأثير يتم على المدى الطويل، أي أنه يحتاج إلى فترة طويلة حتى تظهر آثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنياً، كما أنه تأثير غير مباشر على الأفراد، وغير متجانس أيضاً في قوته على الجميع؛ فتأثيره على الصغار يكون أقوى منه على الكبار، ذلك لأن الصغار لم تتكون لديهم القدرة على التمييز بين الحقيقة والخيال؛ ويكون تأثيره على الصغار في الأسرة المفككة أقوى من تأثيره على الأطفال في الأسر المتماسكة.

ثالثاً: مدخل الاعتماد على وسائل الاتصال (Dependency Approach): يتناول هذا المدخل وسائل الاتصال باعتبارها أنظمة اجتماعية (Social Systems) ذات طبيعة تفاعلية مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع (كالنظام الاقتصادي والسياسي)، أي أنه ينظر إلى وسائل الاتصال بوصفها أنظمة اجتماعية تتداخل مع الأنظمة الأخرى الموجودة في المجتمع، وأن طبيعة هذا التداخل والتفاعل بينها، هو الذي يقرر مدى قوة التأثير الذي تحدثه هذه الوسائل أو ضعفه من جهة أو تجعل منه تأثيراً مباشراً أو غير مباشر على الأفراد، سواء أكان قصير المدى أم بعيداً من جهة أخرى.

ويذهب دوفلر، بوصفه أحد أقطاب هذه النظرية والمدافعين البارزين عنها، إلى القول بأن فهمنا لطبيعة التأثير، ومستواه وقوته ومداه سيستعصي علينا، ما لم نستطع تحديد الاعتماد المتبادل (Interdependent) بين كل من مؤسسة الاتصال الجماهيرية باعتبارها نظاماً اجتماعياً، وبين النظام السياسي والاقتصادي في المجتمع، وبين الجمهور (ساري، 2005). فمن ناحية جاء الافتراض الذي قدمته النظرية النقدية في نقدها للثقافة مؤكداً على الاعتماد المتبادل بين مؤسسة الاتصال الجماهيرية والنظام السياسي والاقتصادي؛ فهي تفترض "أن الثقافة السائدة في المجتمعات الصناعية هي ثقافة جماهيرية عامة، يعيد بها النظام الاقتصادي السياسي إنتاج نفسه، ويحفظ لنفسه هيمنة وسيطرة على عقول الجماهير، فلا يمكن لأي نظام سياسي اقتصادي أن يستقر ويستمر دون ثقافة جماهيرية تغذيه وتتغذى به في الوقت ذاته" (عثمان، ساري، 2014، ص: 292).

ومن ناحية أخرى؛ فقد تبين أنه بالرغم من وجود مؤسسات أخرى في المجتمع تقوم بتحقيق أهداف الفرد وحاجاته (كالأسرة والأصدقاء وبعض الاتحادات والجمعيات التي ينتمي إليها الفرد...الخ)، إلاّ أن اعتماد الفرد على المؤسسة الاتصالية في المجتمع المعاصر في تحقيق ذلك يفوق أي اعتماد آخر. فهذه المؤسسة هي التي تسيطر على مصادر المعلومات التي يحتاجها الفرد في حياته اليومية أكثر من غيرها، الأمر الذي يجعل الاعتماد عليها أمراً ضرورياً لا يمكن الاستغناء عنه. ونظراً لتباين الأفراد واختلافهم في دوافعهم ومصالحهم وحاجاتهم فإنهم، كما يقول دوفلور يختلفون في درجة اعتمادهم على هذه المؤسسة.

وأخيراً يرى دوفلور – من خلال نموذجه الدقيق حول فهم طبيعة تأثيرات مؤسسة الاتصال الجماهيرية –، أن تحديد طبيعة الاعتماد المتبادل بين كلٍ من (طبيعة البناء الاجتماعي للمجتمع الذي تعمل فيه المؤسسة الاتصالية، وطبيعة الأفراد من حيث مدى اعتمادهم على هذه المؤسسة في تزويدهما لهم بالمعرفة والمعلومات، وطبيعة المعلومات نفسها التي تقدمها المؤسسة الاتصالية للأفراد)، يمكننا من تحديد نوع التأثير الذي ستحدثه هذه المؤسسة على الأفراد سواء أكان وجدانياً، أم معرفياً أم سلوكياً، وكذلك تحديد مستوى قوته أو ضعفه، كما تمكننا أيضاً من تحديد مدى قوة هذا التأثير سواء أكان قصير الأجل أم بعيداً. (ساري، 2005).

وبعد الإطلاع على ما سبق يتضح أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تعتبر من أكثر النظريات الإعلامية قدرة على تفسير الدور المهم الذي تلعبه استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق دوافع الأطفال وإشباع حاجاتهم؛ بحيث أصبح التعرض لشبكات التواصل الاجتماعي من البدائل الوظيفية لإشباع الحاجات النفسية والاجتماعية والمعرفية للأطفال، ويعود ذلك إلى التطور التكنولوجي الهائل والانتشار المستمر للشبكات وقدرتها على توفير معظم متطلبات الحياة المعاصرة بسهولة ويسر، بالإضافة إلى تراجع دور الأسرة وتخليها عن بعض وظائفها الأساسية. كما وتوضح هذه النظرية قدرة الأطفال على اختيار الوسيلة التي تناسب احتياجاتهم وتحقق دوافعهم فمن ناحية تفترض النظرية بأن إشباع الحاجات وتحقيق الدوافع يتم من خلال التعرض لشبكة أو أكثر من الشبكات الاجتماعية المعروفة يختارها الطفل بما يتلاءم وظروفه النفسي والاجتماعي. فالإقبال المتزايد على استخدام شبكة "الفيس بوك" على سبيل المثال، يمكن تفسيره من خلال الربط بين الدوافع والحاجات التي يسعى الشخص لتحقيقها وبين توقع الشخص لمدى إشباعها من خلال هذه الشبكة. ومن ناحية أخرى ترى النظرية أن شبكات التواصل الاجتماعي تمارس عملها وتأثيراتها ضمن ظروف ثقافية واجتماعية محددة.

أما فيما يتعلق بالنتائج المترتبة عن استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على حياة الأفراد بشكلٍ عام وعلى حياة الأطفال بشكلٍ خاص، فإن نظرية الاستخدامات والإشباعات تعتبرها نتائج موجها؛ أي أن طريقتنا في استخدام هذه الشبكات هي التي تحدد ما إذا كانت النتائج إيجابية أو سلبية.

وبمعنى آخر تعتبر هذه الوسائل سيفاً ذا حدين؛ فمن ناحية تفتح مجالاً واسعاً أمام الأفراد في التواصل والتفاعل مع الآخرين وإقامة علاقة الصداقة والعلاقات العاطفية التي تتطور في بعض الأحيان إلى خطبة وزواج وتكوين أسرة، كما وتتيح مساحة كبيرة من حرية التعبير والجرأة في طرح المواضيع المختلفة، كما وأنها تسهم أحياناً في قضاء وقت الفراغ بكل ما هو نافع ومفيد من خلال الحصول على المعلومات، والإطلاع على الأخبار الفنية والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة ومواكبة الأحداث السياسية الجارية بالإضافة إلى دورها في التسلية والترفيه من خلال الألعاب الالكترونية ومشاهدة الأفلام ....الخ.

إلا أن استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة من ناحية أخرى قد ينتج عنه ظهور بعض المشكلات النفسية والاجتماعية عند الأطفال، مثل السلوك العدواني سواء أكان (جسديا، أو لفظياً أو رمزياً) والخوف والتوتر وذلك بسبب سهولة مشاهدة الأطفال لمقاطع فيديو لأشخاص يمارسون مختلف أنواع العدوان والعنف، أو مشاهدة المقاطع المرعبه ..الخ، بالإضافة إلى الانعزال والانطوائية التي توجدها هذه الشبكات، وما ينتج عنها من فجوة كبيرة بينهم وبين محيطهم الاجتماعي، وقد يؤدي استخدام هذه الشبكات إلى حالات اكتئاب تتجلى برغبة الطفل في تجنب الآخرين والشعور بالذنب، والتشاؤم وفقدان التركيز وتشتت الانتباه... بالإضافة إلى دروها في بث الأفكار الضارة اجتماعياً والمخالفة للقيم والثقافة العربية والإسلامية، كما وأنها من الوسائل التي أسهمت بصورة موسعة في زيادة عمليات التحايل والابتزاز والتزوير على كافة الأصعدة، فعلى الصعيد الشخصي تمثل ذلك في تزوير البيانات والصور الشخصية والمعلومات الخاصة واستخدامها في التحايل على الآخرين من جهة، ومن جهة أخرى قيام بعض الأشخاص بابتزاز الآخرين بصور ومقاطع فيديو يتم الحصول عليها بالتحايل والخداع... الخ.

إلا أن وقتنا الحاضر وطبيعة الحياة الاجتماعية التي نعيشها أصبحت تقودنا وبشكلٍ متسارع إلى النظر إلى هذه الوسائل بشمولية أكبر، فبدخولنا إلى حيز المجتمعات الرقمية وسيطرتها على كافة مجالات الحياة الخاصة والعامة، أصبحت المؤسسة الإعلامية بما فيها من وسائل اتصال إلكترونية نظاماً اجتماعياً أساسياً يلعب دوراً هاماً في عملية التنشئة الاجتماعية، يوازي أو ينافس الدور الذي يقوم به النظام الأسري.

الفصل الرابع
الطريقة والإجراءات

الفصل الرابع

الطريقة والإجراءات

يشتمل هذا الفصل على منهجية البحث العلمي التي قامت عليها هذه الدراسة بجانبها الميداني – جمع البيانات وتحليلها – والتي تمثلت بتحديد ما يلي:

1-4 منهج الدراسة

تم اســتخدام منهج المســح الاجتماعي بالعينة في هذه الدراســة، وذلك لأنه يعد طريقة علمية منظمة لوصف وتحليل وتفسير واستخلاص النتائج التي يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة أو مجتمع آخر؛ بحيث يســتهدف منهج المســح الاجتماعي بالعينة شــريحة كبيرة من مجتمع الدراسة، بغية الحصول على قدر كبير من البيانات التي يتم تجميعها من أفراد المجتمع الموزعين في مناطق متباعدة، كما ويعتبر منهج المســح الاجتماعي بالعينة الأكثر قدرة على تحقيق درجة عالية من التنظيم والإشــراف على جمع البيانات، ويعدُّ هذا المنهج أيضــاً من أكثر المناهج توفيراً للوقت والجهد والمال إذا تم استخدامه بطريقة صحيحة. كما وتم استخدام المنهج المقارن في هذه الدراســة، وذلك لأنه يركز على مقارنة جوانب التشــابه والاختلاف بين الظواهر الاجتماعية لغرض اكتشــاف أي العوامل أو الظروف التي تصــاحب حدوث ظاهرة اجتماعية أو ممارســة معينة، على أن تكون المقارنة في حقبة زمنية واحدة، أو تقوم بمقارنة ظاهرة واحدة في نفس المجتمع في فترات زمنية متباعدة لمعرفة تطورها وتغيرها؛ فقد تم إجراء مقارنة بين كلٍ من متغير مواقع شــبكات التواصــل الاجتماعي، ومتغير عدد ســاعات اســتخدام شــبكات التواصــل الاجتماعي، ومتغير الخبرة في اســتخدام شــبكات التواصــل الاجتماعي وبين متغيرات الدراســة الآتية: (الجنس، الصــف، نوع المدرســة، منطقة الســكن)، وذلك بغية تحديد مدى اســتخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" (ذوقان وآخرون، 1998).

2-4 مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية جميعهم ومن كلا الجنسين (ذكور وإناث) في المملكة الأردنية الهاشمية، والبالغ عددهم (533861) تلميذاً وتلميذة، وذلك وفقاً للتقرير الاحصائي للعام الدراسي (2014/2013م). وممن تراوحت أعمارهم ما بين (13-16) سنة، ويدرسون في المدارس الحكومية والخاصة ضمن الصفوف التالية: "السابع، الثامن، التاسع، العاشر"، ويستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.

3-4 عينة الدراسة

بلغت عينة الدراسة (644) تلميذاً وتلميذة من المرحلة التعليمية الأساسية ممن تراوحت أعمارهم ما بين (13–16) سنة، ويدرسون في المدارس الحكومية والخاصة ضمن الصفوف التالية: "السابع والثامن والتاسع والعاشر" في محافظة العاصمة عمان، ضمن مناطقها الشرقية (لواء ماركا) والغربية (لواء الجامعة) ويستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" يومياً، بغية إجراء المقارنة بين هؤلاء التلاميذ من حيث مدى تحقيق شبكات التواصل الاجتماعي لدوافعهم وإشباعها لحاجاتهم والنتائج المترتبة عن استخدامها على حياتهم.

وقد تم استخدام طريقة العينة العشوائية متعددة المراحل (Cluster) لاستخراج عدد التلاميذ الذين ستشملهم الدراسة. ولاستخدام هذه الطريقة تم إتباع الخطوات الآتية:

المرحلة الأولى: تم الحصول على قائمة بأسماء المدارس الحكومية والخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وزارة التربية والتعليم للعام الدراسي (2014/2013م)؛ والتي بلغ عددها (6359) مدرسة.

المرحلة الثانية: تم إعداد قوائم بأســماء المدارس الحكومية والخاصــة بما يتناســب وأهداف هذه الدراسة؛ وذلك من خلال المراحل الآتية:

أولاً: حصر المدارس الحكومية والخاصة التي تتضمن الصفوف الدراسية التالية: "السابع والثامن والتاسع والعاشر" في المملكة الأردنية الهاشمية والتي بلغ عددها (3043) مدرسة.

ثانياً: حصر المدارس الحكومية والخاصة التي تتضمن الصفوف الدراسية التالية: "السابع والثامن والتاسع والعاشر" في إقليم الوسط والتي بلغ عددها (1527) مدرسة.

ثالثاً: حصر المدارس الحكومية والخاصة التي تتضمن الصفوف الدراسية التالية: "السابع والثامن والتاسع والعاشر" في محافظة العاصمة والتي بلغ عددها (910) مدارس.

رابعاً: حصر المدارس الحكومية والخاصة التي تتضمن الصفوف الدراسية التالية: "السابع والثامن والتاسع والعاشر" في لواء ماركا ولواء الجامعة؛ بحيث يمثل لواء ماركا مناطق شر ق عمان، في حين يمثل لواء الجامعة مناطق غرب عمان، كما وقد تم اختيار هذين اللواءين لأنهما يشتملان على عدد كبير من المدارس في محافظة العاصــمة عمان؛ والتي بلغ عددها (314) مدرســة حكومية وخاصة.

المرحلة الثالثة: وباستخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة تم اختيار عينة من المدارس الحكومية والخاصة من لواء ماركا ولواء الجامعة في محافظة العاصمة عمان، بنسبة (5%)؛ وقد تم استخراجها من خلال اتباع ما يلي:

1. إعداد قائمة بأسماء المدارس الحكومية والخاصة في لواء ماركا ولواء الجامعة وإعطائها أرقام متسلسلة من (1-314).
2. استخراج حجم العينة من خلال المعادلة التالية: حجم العينة = العدد الكلي لمجتمع الدراسة/100*نسبة العينة. أي أن حجم العينة في هذه الدراسة = 314/100*5=15.7 والتي تقرب إلى (16) مدرسة.
3. كتابة هذه الأرقام على قصاصات من الورق ووضعها في وعاء وخلطها جيداً، وبعد ذلك تم اختيار العدد المطلوب من المدارس من خلال السحب العشوائي دون الإرجاع، إلى أن وصلنا إلى العدد المطلوب من المدارس، إلا وهو (16) مدرسة حكومية وخاصة في محافظة العاصمة عمان. انظر الجدول رقم (1).

الجدول رقم (1) توزيع التلاميذ – أفراد العينة – الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي يومياً في المدارس الحكومية والخاصة في محافظة العاصمة عمان

الرقم	اسم المدرسة	جنس المدرسة	السلطة	مديرية التربية	التلاميذ الذين يستخدمون الشبكات
.1	اكاديمية السادة الدولية	ذكور	التعليم الخاص	لواء الجامعة	24
.2	أكاديمية ومدارس الاحتراف الدولية	اناث	التعليم الخاص	لواء ماركا	25
.3	الحجاز الأهلية الأولى/ ذكور	ذكور	التعليم الخاص	لواء ماركا	29
.4	ام السماق الشمالي الاساسيه للبنين	ذكور	وزارة التربية والتعليم	لواء الجامعة	31
.5	تلاع العلي الثانويه للبنات	اناث	وزارة التربية والتعليم	لواء الجامعة	33
.6	القادسية الاساسية للبنات	اناث	وزارة التربية والتعليم	لواء ماركا	35
.7	ام سلمة الأساسية للبنات	اناث	وزارة التربية والتعليم	لواء ماركا	38
.8	دار الارقم الاسلامية الثانوية	ذكور	التعليم الخاص	لواء الجامعة	40
.9	الاكاديمية العربية الحديثة الثالثة / الضاحية	إناث	التعليم الخاص	لواء ماركا	41
.10	الاكاديمية العربية الحديثة الثانية/ الهاشمي	ذكور	التعليم الخاص	لواء ماركا	41
.11	دار الارقم الاسلامية الثانوية	اناث	التعليم الخاص	لواء الجامعة	46
.12	الجبيهة الثانوية للبنين	ذكور	وزارة التربية والتعليم	لواء الجامعة	48
.13	دار السلام الثانوية المختلطة/ إناث	اناث	وزارة التربية والتعليم	لواء ماركا	49
.14	الجبيهه الثانويه للبنات	إناث	وزارة التربية والتعليم	لواء الجامعة	49
.15	المعتصم الأساسية للبنين	ذكور	وزارة التربية والتعليم	لواء ماركا	53
.16	بلال بن رباح الاساسية للبنين	ذكور	وزارة التربية والتعليم	لواء ماركا	62
	المجموع				644

المرحلة الرابعة: اختيار جميع التلاميذ (ذكور – إناث) الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" يومياً والذين تراوحت أعمارهم ما بين (13-16) سنة، من المدارس الحكومية والخاصة التي تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية البسيطة؛ فقد بلغ عددهم (676) تلميذاً وتلميذة. إلا أنه تم استبعاد (32) استبانة وذلك لعدم استكمالها للإجابات المطلوبة، وبالتالي فقد بلغ العدد النهائي للتلاميذ (644) تلميذاً وتلميذة.

وقد اتضح بعد جمع المعلومات وتفريغ البيانات أن خصائص أفراد العينة جاءت على النحو المبين في الجدول رقم (2).

جدول رقم (2) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيرات الدراسة

المتغيرات		تلاميذ المرحلة الأساسية (13-16)	
		التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	328	50.9
	أنثى	316	49.1
	المجموع	644	100.0
العمر	13	204	31.7
	14	225	34.9
	15	150	23.3
	16	65	10.1
	المجموع	644	100.0
الصف	سابع	140	21.7
	ثامن	164	25.5
	تاسع	175	27.2
	عاشر	165	25.6
	المجموع	644	100.0
منطقة السكن	شرق عمان	373	57.9
	غرب عمان	271	42.1
	المجموع	644	100.0
نوع المدرسة	حكومية	398	61.8
	خاصة	246	38.2
	المجموع	644	100.0
مواقع شبكات التواصل الاجتماعي	فيس بوك	57	8.9
	انستجرام	8	1.2
	واتس آب	30	4.7
	فيس + انستجرام	22	3.4
	فيس + واتس	110	17.1
	انستجرام + واتس	5	0.8
	فيس + انستجرام + واتس	412	64.0
	المجموع	644	100.0

المتغيرات		تلاميذ المرحلة الأساسية (13-16)	
		التكرار	النسبة %
ساعات استخدام الانترنت	اقل من ساعتين	202	31.4
	ساعتان إلى اربع ساعات	285	44.3
	أكثر من اربع ساعات	157	24.4
	المجموع	644	100.0
الخبرة في الاستخدام	ضعيفة	46	7.1
	متوسطة	184	28.6
	عالية	414	64.3
	المجموع	644	100.0
علاقة التلميذ بالأسرة	ضعيفة	14	2.2
	متوسطة	149	23.1
	قوية	481	74.7
	المجموع	644	100.0
عدد أفراد الأسرة	أقل من 3	6	0.9
	6-3	377	58.5
	10-7	252	39.1
	أكثلر من 10	9	1.4
	المجموع	644	100.0
المصروف اليومي للتلميذ	ربع دينار	26	4.0
	نصف دينار	225	34.9
	دينار	305	47.4
	أكثر من دينار	88	13.7
	المجموع	644	100.0
التحصيل المدرسي	59-50	20	3.1
	69-60	64	9.9
	79-70	144	22.4
	89-80	211	32.8
	90 فأكثر	205	31.8
	المجموع	644	100.0

4-4 أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على الاستبانه "Qustionnaire" بوصفها أكثر الأدوات استخداماً في البحث العلمي لجمع البيانات من أفراد العينة، حول موضـوع معين أو موقف معين. وإنطلاقاً من أهداف هذه الدراسة تم تصميم استبانه ذو الاسئلة المغلقة تجيب عن أسئلة الدراسة، وتتناسب مع طبيعة الفئة العمرية المستهدفة بالدراسة والتحليل، وذلك بعد الإطلاع على مجموعة من الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة. وإجراء دراسة استطلاعية تم من خلالها تطبيق هذه الاستبانه بشكلها الأولي – والتي تضمنت على (64) فقرة – على مجموعة من الأطفال ممن تراوحت أعمارهم ما بين (13-16) سنة، وذلك بهدف تحديد المحاور الرئيسية لهذه الاستبانة.

وقد احتوت الاستبانه على أربعة محاور على النحو الآتي:

المحور الأول: اشتمل على الاسئلة من (1-12) وهي الاسئلة الخاصة بخصائص أفراد العينة، والتي اشتملت على المتغيرات الآتية: "الجنس، العمر، الصف، منطقة السكن، نوع المدرسة (خاصة/حكومية)، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، علاقة التلميذ بالأسرة، عدد أفراد الأسرة، المصروف اليومي للتلميذ، التحصيل المدرسي للتمليذ خلال السنة الماضية".

المحور الثاني: اشتمل على الفقرات من (13-27) وهي الفقرات التي تشير إلى دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ وقد بلغ عددها (15) فقرة.

المحور الثالث: اشتمل على الفقرات من (28- 37) وهي الفقرات التي تحدد مدى إشباع شبكات التواصل الاجتماعي للحاجات "النفسية والاجتماعية والمعرفية" والتي بلغ عددها (10) فقرات؛ فقد أشارت كل عبارة إلى حاجة معينة على النحو المبين في الجدول رقم (3)، والتي تم تحديدها بعد الاطلاع على الأدبيات السابقة.

الجدول رقم (3) الحاجات "النفسية والاجتماعية والمعرفية"

الرقم	الحاجة	الفقرة
1.	الحاجة إلى الحب والحنان	تقبل الآخرين ومحبتهم لي.
2.	الحاجة إلى الانتماء	زيادة رغبتي في إيجاد مكانة بين الآخرين والإندماج معهم.
3.	الحاجة إلى تعلم المعايير السلوكية الخاصة بكل مجتمع	زيادة إلتزامي بالعادات والتقاليد والقيم والأخلاق العربية التي تتمثل باحترام الكبير والعطف على الصغير وإماطة الأذى عن الطريق ....الخ.
4.	الحاجة إلى تقدير الذات واحترامها	التعبير عن نفسي في حدود قدراتي وإمكانياتي.
5.	الحاجة إلى تحقيق الذات	تحقق آمالي وطموحاتي بما يتناسب مع شخصيتي.
6.	الحاجة إلى الأمان العاطفي	تجنبي المخاطر والخوف من الأشياء غير المألوفة.
7.	الحاجة إلى الحرية والاستقلال	الاعتماد على النفسي وتحمل بعض المسؤوليات.
8.	الحاجة إلى النجاج والإنجاز	تعلم اللغات المختلفة.
9.	الحاجة إلى النجاح والتفوق	تمكنني من البحث والاستطلاع والاستكشاف.
10.	الحاجة إلى الرعاية والتوجيه	اكتساب الأساليب والفنون الحياتية المختلفة مثل مهارات (الاصغاء، الإنصات، الاستماع، الإقناع....الخ).

المحور الرابع: اشــتمل على الفقرات من (38-54) وهي الفقرات التي تشــير إلى نتائج اســتخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتي بلغ عددها (17) فقرة.

كما وتمت الإستعانة بأداة المقابلة المقننة خلال توزيع الاستبانه على أفراد العينة بهدف توضيح بنود الاستبانه عند الضرورة.

5-4 صدق الأداة وثباتها

تم التأكد من صدق الأداة الرئيسية – الاستبانة– وثباتها من خلال القيام بالإجراءات الآتية:

- عرض الاستبانة على عدد من المتخصصين من كلية الآداب قسم علم الاجتماع وقسم علم النفس وكلية العلوم التربوية في الجامعة الأردنية؛ بحيث طلب منهم تصحيح الفقرات أو الحكم عليها بأنها مرتبطة بالبعد الذي تقيسه أم غير مرتبطة، وتم الأخذ بالملاحظات القيمة التي أبدوها وإجراء التعديلات المناسبة على الاستبانة. انظر الملحق رقم (3)
- تطبيق الاستبانة على مجموعة من الأطفال الذين تراوحت أعمارهم ما بين (13-16) سنة، والذين بلغ عددهم (20) طفلاً، وذلك بهدف التأكد من وضوح الأسئلة والفقرات وسهولتها على أفراد العينة، وبالفعل تم إجراء التعديلات المناسبة على فقرات الاستبانة من حذفاً واضافة وتعديلاً وتوضيحاً بناءً على نتائج هذا الإختبار انظر المحلق رقم (2).
- وبعد التعديل تم تطبيق الاستبانة على مجموعة من الأطفال بنفس الفئة العمرية مرتين متتاليتين خلال فترات زمنية متباعدة – ما يقارب (30) يوماً – وذلك بهدف التأكد من أن الاستبانة تعطي نفس النتائج في كل مرة.
- استخدام معادلة معامل الارتباط "بيرسون" (Pearson) لحساب ثبات الاستقرار، واستخدام معادلة "كرونباخ ألفا " (Cronbach's Alpha) للإتساق الداخلي لحساب ثبات التجانس. الجدول رقم (4) يوضح ذلك:

جدول رقم (4) معاملات ثبات الاستقرار والتجانس لأداة الدراسة ومحاورها

الرقم	المحور	ثبات الاستقرار	ثبات التجانس	عدد الفقرات
1	دوافع استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي	0.82	0.93	15
2	إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة	0.81	0.92	10
3	النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي	0.82	0.87	17
	الكلـــي	0.81	0.90	42

اتضح من جدول رقم (4) معاملات ثبات الاستقرار والتجانس لأداة الدراسة ومحاورها، أن معاملات ثبات الاستقرار والتجانس الخاصة بأداة الدراسة – الاستبانة – ومجالاتها تعتبر مؤشرات كافيّة لأغراض اعتماد أداة الدراسة في تطبيقها النهائي وإمكانية استخدامها في الدراسة الحالية، كما ورد في الدراسات السابقة كمعيار للثبات؛ هذا وقد بين ميلر (Miller, 1998) بأنه إذا كان معامل الثبات أكثر من (60%) فإنه يعتبر معامل ثبات عالي وبناء على ذلك تعتبر معاملات الثبات في هذه الدراسة عالية.

وقد تم الإعتماد على الترقيم التالي عند البدء بالتحليل الاحصائي لفقرات الاستبانة:

- (موافق) ولها ثلاث درجات (3).
- (محايد) ولها درجتان (2).
- (غير موافق) ولها درجة واحدة (1).

ولتفسير الدرجات التي احتلتها المتوسطات الحسابية لإجابات التلاميذ على فقرات الاستبانه تم الاعتماد على المعادلة الآتية: المدى تقسيم عدد الفئات؛ بحيث أن المدى يساوي أكبر قيمة ناقص أقل قيمة وذلك على النحو الآتي: (3-1=2) وأن عدد الفئات يساوي (3)، وبالتالي وحسب المعادلة الرئيسية فإن المسافة بين الدرجات تساوي 3/2 = 0.66

وبناءً على ذلك فإن قيم الدرجات (المنخفضة والمتوسطة والمرتفعة) جاءت على النحو الآتي:

- قيمة الدرجة "المنخفضة" تساوي (1-1.66).
- قيمة الدرجة "المتوسطة" تساوي (1.67-2.33).
- قيمة الدرجة "المرتفعة" تساوي أكثر من (2.34-3).

6-4 حدود الدراسة

حدود زمانية: تم إجراء هذه الدراسة في العام الدراسي 2014/ 2015م.

حدود بشــرية: تم إجراء هذه الدراســة على عينة من تلاميذ المرحلة التعليمية الأســاســية الذين تراوحت أعمارهم ما بين (13-16) سنة، ويدرسون في الصفوف التالية: (السابع والثامن والتاسع والعاشر) ويستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" يومياً.

حدود مكانية: تم إجراء هذه الدراسة في (16) مدرسة حكومية وخاصة، منتشرة في مناطق شرق عمان(لواء ماركا) ومناطق غرب عمان(لواء الجامعة) في محافظة العاصمة، كما هو موضح في الجدول رقم (1).

7-4 التعريفات الإجرائية

هناك مجموعة من المصطلحات التي تم تعريفها إجرائياً لتخدم هذه الدراسة فقط وهي:

- **شبكات التواصل الاجتماعي:** مواقع إلكترونية تسهم بشكلٍ فاعل في تحقيق الدوافع وإشباع الحاجات "النفسية والاجتماعية والمعرفية"، وذلك من خلال الإستفادة من الخدمات التي توفرها مواقع شبكات التواصل الاجتماعي المتمثلة بـ "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" بشكلٍ خاص؛ والذي يتضح من النتائج المترتبة عن استخدامها على حياة الأطفال.
- **تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية:** الأطفال الذين تراوحت أعمارهم ما بين (13-16) سنة، ويدرسون في المدارس الحكومية والخاصة ضمن الصفوف الدراسية التالية: (السابع والثامن والتاسع، العاشر) في محافظة العاصمة عمان (لواء ماركا – لواء الجامعة)، ويستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" يومياً لتحقيق دوافعهم وإشباع حاجاتهم "النفسية والاجتماعية والمعرفية".
- **دوافع الاستخدام:** الرغبات والطموحات المستقبلية التي يسعى تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية إلى تحقيقها من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- **إشباع الحاجات:** استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" كوسيلة بديلة وأساسية من وسائل تلبية الحاجات "النفسية والاجتماعية والمعرفية" لدى التلاميذ (ذكور – إناث) في المرحلة التعليمية الأساسية.
- **نتائج الاستخدام:** التغيُرات المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" سواءاً أكانت إيجابية أو سلبية على حياة التلاميذ بمختلف جوانبها.

8-4 صعوبات الدراسة

تكمن الصعوبات التي واجهت الباحثة خلال قيامها بهذه الدراسة بالتحديين التاليين:

1. عدم توافر إحصائيات دقيقة ومفصلة تشير إلى نسب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الأردن من حيث الفئة العمرية، وبالتالي صعوبة الحصول على قوائم بأعداد أو نسب الأطفال الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي. لذلك تم إجراء هذه الدراسة على التلاميذ (الذكور – الإناث) في المدارس الحكومية والخاصة؛ بحيث تعتبر المدارس هي المكان المناسب للوصول إلى الفئة العمرية المستهدفة في هذه الدراسة.

2. عدم توافر قوائم محددة تشير إلى أعداد أو نسب التلاميذ الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" بشكلٍ يومي في المدارس الحكومية والخاصة، مما اضطر الباحثة إلى استخدام طريقة العينة العشوائية متعددة المراحل (Cluster) في اختيارها لأفراد العينة من الفئة العمرية المستهدفة بما يخدم أهداف هذه الدراسة. وذلك على النحو الآتي:

-تصنيف المدارس الحكومية والخاصة التي تتضمن الصفوف الدراسية التالية: "السابع والثامن والتاسع والعاشر" في قوائم وفقاً للمستويات الجغرافية التالية: (المملكة، الإقليم، المحافظة، اللواء).

-اختيار مجموعة من المدارس الحكومية والخاصة من المستوى الجغرافي الأخير (اللواء) باستخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة.

-اختيار جميع التلاميذ (ذكور – إناث) الذين تراوحت أعمارهم بين (13-16) سنة، ويدرسون في المدارس الحكومية والخاصة في محافظة العاصمة (لواء ماركا - لواء الجامعة) ويستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي المتمثلة بـ "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" يومياً.

9-4 الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

تم استخدام حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" (Statistical package for social sciences) لتحليل البيانات في هذه الدراسة، وهي عبارة عن حزم حاسوبية متكاملة لإدخال البيانات وتحليلها؛ بحيث تمتلك محرراً للبيانات يشبه الجداول الإلكترونية ويستخدم لإدخال البيانات الخام لأول مرة. لا تقتصر استخدام هذه الحزمة على البحوث الاجتماعية فقط على الرغم من أنها أنشئت أصلاً لتحليل بيانات هذه البحوث، إلا أن اشتمالها على معظم الاختبارات الإحصائية (تقريباً) وقدرتها الفائقة في معالجة البيانات وتوافقها مع معظم البرمجيات المشهورة جعل منها أداة فاعله لتحليل شتى أنواع البحوث العلمية. بالإضافة إلى ذلك فإن برنامج "SPSS" يعمل على قراءة البيانات من معظم أنواع الملفات لاستخراج النتائج على هيئة تقارير إحصائية أو أشكال؛ بحيث يجعل التحليل الإحصائي مناسباً للباحث المبتدئ والخبير على حد سواء.

ولاستخراج نتائج هذه الدراسة تم الإعتماد على الإختبارت الإحصائية الآتية:

أولاً: الإحصاء الوصفي: وذلك لعرض خصائص أفراد العينة ووصف إجاباتهم، من خلال استخدام ما يلي:

- النسبة المئوية: تم استخدمها لقياس التوزيعات التكراريّة النسبيّة لخصائص أفراد العينة وإجاباتهم على فقرات الاستبانة. وذلك من خلال استخدام (Frequency) لوصف الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة. ومن خلال استخدام (Crosstabulation) لاستخراج التكرارات والنسب المئوية لمتغيرين مستقلين بطريقة الجداول المركبة،

- الوسط الحسابي: تم استخدمه كأبرز مقاييس النزعة المركزيّة لقياس متوسط إجابات أفراد العينة على أسئلة الاستبانة.

- الانحراف المعياري: تم استخدمه كأحد مقاييس التشتت لقياس الانحراف في إجابات أفراد العينة عن وسطها الحسابي. وذلك من خلال استخدام (Descriptive).

ثانياً: الإحصاء التحليلي:

- اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent Samples T-Test): تم استخدمه لاختبار معنويّة الفروق الإحصائيّة بين متوسطات الإجابات على المتغيرات ذات الفئتين المستقلتين.
- اختبار تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA): تم استخدمه لاختبار الفروق الإحصائيّة بين متوسطات فئات المتغيرات (Categorical Variables) لأكثر من فئتين (كمتغير العمر، والصف، ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي...الخ).
- ومن أجل تحديد مصدر هذه الفروق الإحصائية؛ فقد تم استخدام اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية.

أما مستوى الدلالة الإحصائية (α)؛ فقد تم اعتماده عند مستوى الدلالة الإحصائية (a= 0.05) كحد أعلى لمستوى الدلالة المعنويّة وعليه إذا كان مستوى الدلالة (0.05) فأقل توجد فروق ذات دلالة إحصائية، أما إذا كان مستوى الدلالة أكبر من (0.05) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية.

الفصل الخامس

تحليل نتائج الدراسة

الفصل الخامس

تحليل نتائج الدراسة

تضمن الفصل الخامس تحليلاً إحصائياً للنتائج الميدانية التي تم جمعها من أفراد العينة بواسطة الاستبانة كأداة رئيسة لهذه الدراسة، والتي تم تحليلها عن طريق حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS) وذلك من خلال استخدام مجموعة من الإختبارات الإحصائية، والتي تمثلت بـ (Crosstabulation، اختبار (T) للعينات المستقلة، اختبار (F) تحليل التباين الأحادي، واختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية)، بالإضافة إلى التكرارات والنسبة المئوية باستخدام (Frequency) كما وتم استخدام (Descriptive Statistics) لاستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. وقد تم تقسيمه إلى ثمانية أقسام على النحو الآتي:

جاءت كلٍ من النتائج المتعلقة بمواقع الشبكات، والنتائج المتعلقة بمجموع استخدام الشبكات، والنتائج المتعلقة بعدد ساعات الاستخدام، والنتائج المتعلقة بالخبرة في الاستخدام، لتجيب عن السؤال الأول: **ما مدى استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام"؟**

1-5 النتائج المتعلقة بمواقع الشبكات

الجدول رقم (5) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغير مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

مواقع شبكات التواصل الاجتماعي	تلاميذ المرحلة الأساسية	
	التكرار	النسبة%
فيس بوك	57	8.9
انستجرام	8	1.2
واتس آب	30	4.7
فيس + انستجرام	22	3.4
فيس + واتس	110	17.1
انستجرام + واتس	5	0.8
فيس + انستجرام + واتس	412	64.0
المجموع	644	100

من خلال الإطلاع على الجدول رقم (5) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغير مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، تبين أن نسبة استخدام التلاميذ في المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" معاً، كانت هي النسبة الأعلى، وقد بلغت (64%)، أما نسبة الاستخدام الأدنى فكانت للتلاميذ الذين يستخدمون شبكتي "الانستجرام والوتس آب" معاً والتي بلغت (0.8%). وتبين من الجدول أن نسبة استخدام التلاميذ لشبكة "الفيس بوك" فقط والتي بلغت (8.9%) هي النسبة الأعلى عند مقارنتها بنسب استخدامهم لشبكة "الوتس آب" فقط وشبكة "الانستجرام" فقط؛ حيث بلغت النسب على التوالي (4.7%)، (1.2%).

الجدول رقم (6) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والجنس

مواقع شبكات التواصل الاجتماعي	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%
فيس بوك	38	11.6	19	6	57	8.9
انستجرام	3	.9	5	1.6	8	1.2
واتس آب	14	4.3	16	5.1	30	4.7
فيس + انستجرام	12	3.7	10	3.2	22	3.4
فيس + واتس	71	21.6	39	12.3	110	17.1
انستجرام + واتس	1	.3	4	1.3	5	.8
فيس + انستجرام + واتس	189	57.6	223	70.6	412	64
المجموع	328	100	316	100	644	100

تبين من الجدول رقم (6) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والجنس، أن نسبة استخدام التلميذات لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" معاً والتي بلغت (70.6%)، أعلى من نسبة استخدام التلاميذ لهذه الشبكات والتي بلغت (57.6%)، بينما كانت نسبة استخدام التلاميذ لشبكة "الفيس بوك" فقط والتي بلغت (11.6%) أعلى من نسبة استخدام التلميذات لهذه الشبكة؛ حيث بلغت (6%)، في حين كانت نسبة استخدام التلميذات لشبكة "الوتس آب" فقط والتي بلغت (5.1%)، أعلى من نسبة استخدام التلاميذ لهذه الشبكة؛ حيث بلغت (4.3%)، كما وكانت نسبة استخدام التلميذات لشبكة "الانستجرام" فقط والتي بلغت (1.6%) أعلى من نسبة استخدام التلاميذ لها؛ حيث بلغت (0.9%).

وأخيراً يبين الجدول أن النسبة الأدنى كانت للتلاميذ (ذكوراً – وإناث) الذين يستخدمون شبكتي "الانستجرام والوتس آب" معاً؛ حيث بلغت عند الإناث (1.3%)، في حين بلغت عند الذكور (0.3%) وهي النسبة الأقل.

الجدول رقم (7) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والصف

مواقع شبكات التواصل الاجتماعي	الصف								المجموع	
	سابع		ثامن		تاسع		عاشر			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
فيس بوك	18	12.9	17	10.4	13	7.4	9	5.5	57	8.9
انستجرام	2	1.4	1	.6	4	2.3	1	.6	8	1.2
واتس آب	10	7.1	9	5.5	6	3.4	5	3.0	30	4.7
فيس + انستجرام	3	2.1	10	6.1	8	4.6	1	.6	22	3.4
فيس + واتس	35	25.0	26	15.9	23	13.1	26	15.8	110	17.1
انستجرام + واتس	0	0.0	0	0.0	2	1.1	3	1.8	5	.8
فيس + انستجرام + واتس	72	51.4	101	61.6	119	68	120	72.7	412	64.0
المجموع	140	100	164	100	175	100	165	100	644	100

اتضح من الجدول رقم (7) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري مواقع شبكات التواصل الاجتماعي والصف، أن نسبة استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" معاً جاءت بترتيب تنازلي وفقاً لصفوفهم الدراسية؛ حيث كانت نسبة الاستخدام الأعلى والتي بلغت (72.7%) للتلاميذ في الصف العاشر، تأتي بعدها نسبة استخدام تلاميذ الصف التاسع؛ وقد بلغت (68%)، تليها نسبة استخدام تلاميذ الصف الثامن والتي بلغت (61.6%)، وأخيراً نسبة استخدام تلاميذ الصف السابع؛ حيث بلغت (51.4%).

واتضح من الجدول أيضاً أن نسبة استخدام التلاميذ في جميع الصفوف الدراسية لشبكة "الفيس بوك" فقط هي النسبة الأعلى عند مقارنتها بشبكتي "الوتس آب" و"الانستجرام"؛ إلا أن نسب استخدام التلاميذ لهذه الشبكة جاء بترتيب تصاعدي وفقاً لصفوفهم الدراسية؛ بحيث كانت نسبة الاستخدام الأعلى لدى تلاميذ الصف السابع والتي بلغت (12.9%)، تليها نسبة استخدام تلاميذ الصف الثامن والتي بلغت (10.4%)، وتأتي بعدها نسبة استخدام تلاميذ الصف التاسع؛ حيث بلغت (7.4%)، وأخيراً كانت النسبة الأدنى من حيث استخدام هذه الشبكة للتلاميذ في الصف العاشر والتي بلغت (5.5%).

كما وجاءت نسب استخدامهم لشبكة "الوتس آب" فقط، بترتيب تصاعدي بما يتناسب مع صفوفهم الدراسية أيضاً؛ فقد كانت نسبة الاستخدام الأعلى هي نسبة تلاميذ الصف السابع والتي بلغت (7.1%)، تليها نسبة استخدام تلاميذ الصف الثامن والتي بلغت (5.5%)، وبعدها نسبة استخدام تلاميذ الصف التاسع؛ حيث بلغت (3.4%) وأخيراً نسبة استخدام تلاميذ الصف العاشر والتي وصلت إلى (3%). وبالنسبة لشبكة "الانستجرام" فقط اتضح من الجدول أن نسبة الاستخدام الأعلى والتي بلغت (2.3%) كانت للتلاميذ في الصف التاسع، تليها نسبة استخدام تلاميذ الصف السابع والتي بلغت (1.4%)، وتأتي بعدها نسب استخدام تلاميذ الصف الثامن والعاشر بالتساوي والتي بلغت (0.6%). وأخيراً اتضح من الجدول أن نسبة الاستخدام الأدنى كانت عند تلاميذ الصف السابع والصف الثامن والصف التاسع، ويستخدمون شبكتي "الانستجرام والوتس آب" معا؛ حيث بلغت النسب على التوالي (0.0%) (0.0%)، (1.1%). في حين كانت نسبة الاستخدام الأدنى عند تلاميذ الصف العاشر الذين يستخدمون شبكتي "الفيس بوك والانستجرام" معاً، والذين يستخدمون شبكة "الانستجرام" فقط؛ حيث بلغت النسبة بالتساوي (0.6%).

الجدول رقم (8) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المدرسة

مواقع شبكات التواصل الاجتماعي	نوع المدرسة				المجموع	
	حكومية		خاصة			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%
فيس بوك	42	10.6	15	6.1	57	8.9
انستجرام	4	1.0	4	1.6	8	1.2
واتس آب	19	4.8	11	4.5	30	4.7
فيس + انستجرام	14	3.5	8	3.3	22	3.4
فيس + واتس	61	15.3	49	19.9	110	17.1
انستجرام + واتس	1	.3	4	1.6	5	.8
فيس + انستجرام + واتس	257	64.6	155	63.0	412	64.0
المجموع	398	100	246	100	644	100

أظهر الجدول رقم (8) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المدرسة، أن نسبة استخدام تلاميذ المدارس الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" معاً والتي بلغت (64.6%) أعلى من نسبة استخدام تلاميذ المدارس الخاصة لهذه الشبكات؛ حيث بلغت نسبتهم (63%). كما أظهر أن نسبة التلاميذ الذين يستخدمون شبكة "الفيس بوك" فقط سواء في المدارس الحكومية أو المدارس الخاصة، هي النسبة الأعلى عند مقارنتها بشبكتي "الوتس آب" و"الانستجرام"؛ إلا أن نسبة استخدام التلاميذ لهذه الشبكة في المدارس الحكومية أعلى من نسبة استخدام تلاميذ المدارس الخاصة لها؛ حيث بلغت النسب على التوالي (10.6%)، (6.1%). كما وكانت نسبة استخدام التلاميذ لشبكة "الوتس آب" فقط في المدارس الحكومية والتي بلغت (4.8%) أعلى من نسبة استخدام تلاميذ المدارس الخاصة لهذه الشبكة؛ حيث بلغت (4.5%)، أما بالنسبة لاستخدام التلاميذ لشبكة "الانستجرام" فقط أظهر الجدول أن نسبة استخدام تلاميذ المدارس الخاصة لهذه الشبكة والتي بلغت (1.6%) أعلى من نسبة استخدام تلاميذ المدارس الحكومية لها؛ حيث بلغت (1.0%). وأخيراً أظهر الجدول أن نسبة الاستخدام الأدنى كانت للتلاميذ الذين يستخدمون شبكتي "الانستجرام والوتس آب" معاً؛ إلا أن نسبة استخدام تلاميذ المدارس الحكومية لهاتين الشبكتين معاً والتي بلغت (.3%) أدنى من نسبة استخدام تلاميذ المدارس الخاصة لهاتين الشبكتين معاً والتي بلغت (1.6%)، وقد تساوت هذه النسبة لدى تلاميذ المدارس الخاصة مع نسبة استخدامهم لشبكة "الانستجرام" فقط.

الجدول رقم (9) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ومنطقة السكن

مواقع شبكات التواصل الاجتماعي	منطقة السكن				المجموع	
	شرقعمان		غرب عمان			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%
فيس بوك	39	10.5	18	6.6	57	8.9
انستجرام	4	1.1	4	1.5	8	1.2
واتس آب	20	5.4	10	3.7	30	4.7
فيس + انستجرام	18	4.8	4	1.5	22	3.4
فيس + واتس	63	16.9	47	17.3	110	17.1
انستجرام + واتس	3	.8	2	.7	5	.8
فيس + انستجرام + واتس	226	60.6	186	68.6	412	64.0
المجموع	373	100	271	100	644	100

بيّن الجدول رقم (9) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري مواقع شبكات التواصل الاجتماعي ومنطقة السكن، أن نسبة استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" معاً والتي بلغت (68.6%)، أعلى من نسبة استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان لهذه الشبكات، والتي بلغت (60.6%)، في حين كانت نسبة استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان والتي بلغت (10.5%) لشبكة "الفيس بوك" فقط أعلى من نسبة استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان لهذه الشبكة والتي بلغت (6.6%).

كذلك كانت نسبة استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان لشبكة "الوتس آب" فقط أعلى من نسبة استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان لهذه الشبكة؛ حيث بلغت النسب على التوالي (5.4%)، (3.7%)، إلا أن نسبة استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان لشبكة "الانستجرام" فقط والتي بلغت (1.1%) كانت أدنى من نسبة استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان لهذه الشبكة؛ حيث بلغت (1.5%). فمن الملاحظ هنا أن نسبة استخدام التلاميذ سواءاً كانوا يسكنون مناطق شرق عمان أو مناطق غرب عمان لشبكة "الفيس بوك" تعتبر هي النسبة الأعلى عند مقارنتها بنسب استخدامهم لشبكة "الوتس آب" وشبكة "الانستجرام". كما بيّن الجدول أن نسبة الاستخدام الأدنى كانت للتلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان ومناطق غرب عمان والذين يستخدمون شبكتي "الانستجرام والوتس آب" معاً؛ إلا أن نسبة استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان والتي بلغت (0.8%) أعلى من نسبة استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان لهاتين الشبكتين؛ حيث بلغت (0.7%). أي أن الفارق في نسبة الاستخدام هنا بسيطة جداً؛ فقد بلغ (0.1%).

2-5 النتائج المتعلقة بمجموع استخدام الشبكات

الجدول رقم (10) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب مجموع استخدام الشبكات

شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة	تلاميذ المرحلة الأساسية	
	التكرار	النسبة%
الفيس بوك	601	93.4
الوتس آب	557	86.6
الانستجرام	447	69.4

توصل الجدول رقم (10) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب مجموع استخدام الشبكات، أن مجموع نسب استخدام التلاميذ لهذه الشبكات جاء على النحو الآتي، استخدام التلاميذ لشبكة "الفيس بوك" كان هو الاستخدام الأكثر والذي بلغت نسبته (93.4%)، يليه استخدام شبكة "الوتس آب" بنسبة بلغت (86.6%) وأخيراً جاء استخدام شبكة "الانستجرام" في المرتبة الأخيرة بنسبة وصلت إلى (69.4%).

الجدول رقم (11) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب مجموع استخدام الشبكات ومتغير الجنس

شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة	الجنس				المجموع	
	ذكر		أنثى			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%
فيس بوك	310	94.5	291	92.1	601	93.4
الوتس آب	275	83.8	282	89.3	557	86.6
الانستجرام	205	62.5	242	76.7	447	69.4

أشار الجدول رقم (11) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب مجموع استخدام الشبكات ومتغير الجنس، إلى أن مجموع نسب استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الجنس جاء على النحو التالي: استخدام التلاميذ لشبكة "الفيس بوك" أكثر من استخدام التلميذات لهذه الشبكة؛ حيث بلغت النسب على التوالي (94.5%)، (92.1%)، في حين كان استخدام التلميذات لشبكة "الوتس آب" بنسبة بلغت (89.3%) أكثر من استخدام التلاميذ لها؛ حيث بلغت نسبتهم (83.8%)، كما وكان استخدام التلميذات لشبكة "الانستجرام" أكثر من استخدام التلاميذ لهذه الشبكة؛ حيث بلغت نسبة الإناث (76.7%) في حين كانت نسبة الذكور (62.5%)

الجدول رقم (12) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب مجموع استخدام الشبكات ومتغير الصف

شبكات التواصل الاجتماعي	الصف								المجموع	
	سابع		ثامن		تاسع		عاشر			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
فيس بوك	128	91.4	154	94	163	93.1	156	94.6	601	93.4
الوتس آب	117	83.5	136	83	150	85.6	154	93.3	557	86.6
الانستجرام	77	54.9	112	68.3	133	76	125	75.7	447	69.4

اتضح من الجدول رقم (12) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب مجموع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومتغير الصف، أن مجموع نسب استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير الصف جاء على النحو التالي: مجموع نسب استخدام التلاميذ لشبكة "الفيس بوك" جاء وفقاً للترتيب الآتي؛ أولاً: استخدام تلاميذ الصف العاشر؛ بحيث بلغت نسبتهم (94.6%)، يليه استخدام تلاميذ الصف الثامن؛ فقد وصلت نسبتهم إلى (94%)، وبعدها جاء استخدام تلاميذ الصف التاسع بنسبة بلغت (93.1%)، وأخيراً جاء استخدام تلاميذ الصف السابع بنسبة وصلت إلى (91.4%). في حين جاء ترتيب مجموع نسب استخدام التلاميذ لشبكة "الوتس آب" كما يلي: أولاً: استخدام تلاميذ الصف العاشر وبلغت نسبتهم (93.3%)، يليه استخدام تلاميذ الصف التاسع، بلغت نسبتهم (85.6%)، ويأتي بعده استخدام تلاميذ الصف السابع؛ حيث بلغت النسبة هنا (83.5%)، وأخيراً كان الاستخدام الأدنى لتلاميذ الصف الثامن بنسبة بلغت (83%).

أما بالنسبة لشبكة "الانستجرام"؛ فقد اتضح أن استخدام تلاميذ الصف التاسع لهذه الشبكة هو الأستخدام الأكبر؛ حيث بلغت النسبة (76%)، وبفارق بسيط جاء استخدام تلاميذ الصف العاشر وبلغت نسبته (75.7%)، وبعده جاء استخدام تلاميذ الصف الثامن بنسبة بلغت (68.3%)، أما الاستخدام الأدنى هنا فكان للتلاميذ في الصف السابع وقد وصلت نسبته إلى (54.9%). ومن الجدير بالملاحظة هنا أن شبكة "الفيس بوك" هي الأكثر استخداماً من قبل التلاميذ – بغض النظر عن صفوفهم الدراسية – تلتها شبكة "الوتس آب" وأخيراً كان استخدام شبكة "الانستجرام" هو الاستخدام الأقل.

الجدول رقم (13) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب مجموع استخدام الشبكات ومتغير نوع المدرسة

شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة	نوع المدرسة				المجموع	
	حكومية		خاصة			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%
فيس بوك	374	94	227	92.3	601	93.4
الوتس آب	338	85	219	89	557	86.6
الانستجرام	276	69.4	171	69.5	447	69.4

أظهر الجدول رقم (13) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب مجموع استخدام الشبكات ومتغير نوع المدرسة، أن مجموع نسب استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير نوع المدرسة جاء على النحو التالي: استخدام تلاميذ المدارس الحكومية لشبكة "الفيس بوك" أكثر من استخدام تلاميذ المدارس الخاصة لهذه الشبكة؛ حيث بلغت النسب على التوالي (94%) (92.3%). في حين كان استخدام تلاميذ المدارس الخاصة ونسبتهم (89%) لشبكة "الوتس آب" أكثر من استخدام تلاميذ المدارس الحكومية لهذه الشبكة والذين بلغت نسبتهم (85%). وأخيراً أظهر الجدول أن استخدام تلاميذ المدارس الخاصة لشبكة "الانستجرام" كان أكثر وبفارق بسيط بلغ (0.1%) من استخدام تلاميذ المدارس الحكومية لهذه الشبكة؛ حيث بلغت النسب على التوالي (69.5%)، (69.4%).

الجدول رقم (14) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب مجموع استخدام الشبكات ومتغير منطقة السكن

شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة	منطقة السكن				المجموع	
	شرق عمان		غرب عمان			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%
فيس بوك	346	92.8	255	94	601	93.4
الوتس آب	312	83.7	245	90.3	557	86.6
الانستجرام	251	67.3	196	72.3	447	69.4

أما الجدول رقم (14) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب مجموع استخدام الشبكات ومتغير منطقة السكن؛ فقد بيّن أن مجموع نسب استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي حسب متغير منطقة السكن جاء على النحو الآتي: استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان لشبكة "الفيس بوك" كان أكثر من استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان لهذه الشبكة؛ حيث بلغت النسب على التوالي (94%) (92.8%)، كما كان استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان لشبكة "الوتس آب"؛ حيث بلغت نسبتهم (90.3%) أكثر من استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان لهذه الشبكة؛ فقد بلغت نسبتهم هنا (83.7%)، وأخيراً كان استخدام التلاميذ لشبكة "الانستجرام" في مناطق غرب عمان بنسبة وصلت إلى (72.3%) أكثر من استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان لهذه الشبكة؛ حيث بلغت نسبتهم (67.3%). أي أن مجموع نسب استخدام الشبكات الثلاث "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" بشكلٍ مستقل كان لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان أعلى من ما هو لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان.

3-5 النتائج المتعلقة بعدد ساعات الاستخدام

الجدول رقم (15) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يومياً

عدد ساعات الاستخدام يومياً	تلاميذ المرحلة الأساسية (13-16)	
	التكرار	النسبة %
اقل من ساعتين	202	31.4
ساعتان إلى اربع ساعات	285	44.3
أكثر من اربع ساعات	157	24.4
المجموع	644	100

من خلال الإطلاع على الجدول رقم (15) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يومياً، تبين أن (44.3%) من التلاميذ يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من "ساعتين إلى أربع ساعات" يومياً وهي النسبة الأعلى، تليها نسبة التلاميذ الذي يستخدمون هذه الشبكات "أقل من ساعتين" يومياً؛ حيث بلغت (31.4%) أما النسبة الأدنى فكانت للتلاميذ الذين يستخدمونها "أكثر من أربع ساعات" يومياً والتي بلغت (24.4%).

الجدول رقم (16) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يومياً والجنس

عدد ساعات الاستخدام يومياً	الجنس				المجموع	
	ذكر		انثى			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
اقل من ساعتين	112	34.1	90	28.5	202	31.4
ساعتان إلى اربع ساعات	147	44.8	138	43.7	285	44.3
أكثر من اربع ساعات	69	21	88	27.8	157	24.4
المجموع	328	100	316	100	644	100

اتضح من الجدول رقم (16) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يومياً والجنس، أن نسبة استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي من "ساعتين إلى أربع ساعات" يومياً وهي النسبة الأعلى كما ذكرنا في الجدول السابق كانت عند الذكور أعلى منها عند الإناث؛ حيث بلغت النسب على التوالي (44.8%) (43.7%). كما وكانت نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "أقل من ساعتين" يومياً لدى التلاميذ والتي بلغت (34.1%) أعلى من نسبة استخدامها لدى التلميذات والتي بلغت (28.5%)، بينما كانت نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "أكثر من أربع ساعات" يومياً لدى التلميذات، أعلى من نسبة استخدامها لدى التلاميذ؛ فقد بلغت نسبة الإناث هنا (27.8%)، في حين بلغت نسبة الذكور (21%).

الجدول رقم (17) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يومياً والصف

عدد ساعات الاستخدام يومياً	الصف								المجموع	
	سابع		ثامن		تاسع		عاشر			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
اقل من ساعتين	61	43.6	59	36	50	28.6	32	19.4	202	31.4
ساعتان إلى اربع ساعات	51	36.4	77	47	86	49.1	71	43	285	44.3
أكثر من اربع ساعات	28	20	28	17.1	39	22.3	62	37.6	157	24.4
المجموع	140	100	164	100	175	100	165	100	644	100

أشار الجدول رقم (17) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يومياً والصف، إلى أن نسب استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي "أقل من ساعتين" يومياً جاء بترتيب تصاعدي وفقاً لصفوفهم الدراسية؛ فقد كانت نسبة استخدام تلاميذ الصف السابع هي الأعلى والتي بلغت (43.6%)، تليها نسبة استخدام تلاميذ الصف الثامن والتي وصلت إلى (36%)، وبعدها تأتي نسبة استخدام تلاميذ الصف التاسع؛ حيث بلغت (28.6%) أما نسبة الاستخدام الأدنى هنا؛ فقد كانت للتلاميذ في الصف العاشر والتي بلغت (19.4%). أما بالنسبة لاستخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي من "ساعتين إلى أربع ساعات" يومياً؛ فقد كانت النسبة الأعلى للتلاميذ في الصف التاسع والتي بلغت (49.1%)، تليها نسبة استخدام تلاميذ الصف الثامن والتي بلغت (47%) وتأتي بعدها نسبة استخدام تلاميذ الصف العاشر؛ حيث بلغت (43%) وأخيراً كانت نسبة الاستخدام الأدنى للتلاميذ في الصف السابع والتي وصلت إلى (36.4%).

بينما كان ترتيب نسب استخدام التلاميذ لهذه الشبكات "أكثر من أربع ساعات" يومياً وفقاً لصفوفهم الدراسية ترتيباً تنازلياً؛ بحيث كانت النسبة الأعلى هنا للتلاميذ في الصف العاشر والتي بلغت (37.65%)، تليها نسبة استخدام تلاميذ الصف التاسع والتي بلغت (22.3%)، وبعدها تأتي نسبة استخدام تلاميذ الصف الثامن؛ حيث بلغت (20%)، في حين كانت نسبة الاستخدام الأدنى والتي بلغت (17.1%) للتلاميذ في الصف السابع. كما أشار الجدول إلى أن النسب الأعلى كانت لدى تلاميذ الصف العاشر والصف التاسع والصف الثامن والذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من "ساعتين إلى أربع ساعات" يومياً؛ حيث بلغت النسب على التوالي (43%)، (49.1%)، (47%). في حين كانت النسبة الأعلى لدى تلاميذ الصف السابع والذين يستخدمون هذه الشبكات "أقل من ساعتين" يومياً والتي بلغت (43.6%). أما النسب الأدنى؛ فقد كانت لدى تلاميذ الصف التاسع والصف الثامن والصف السابع والذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي "أكثر من أربع ساعات" يومياً؛ حيث بلغت النسب على التوالي (22.3%)، (17.1%)، (20%). بينما كانت النسبة الأدنى لدى تلاميذ الصف العاشر ويستخدمون هذه شبكات "أقل من ساعتين" يومياً والتي بلغت (19.4%).

الجدول رقم (18) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يومياً ونوع المدرسة

عدد ساعات الاستخدام يوميا	نوع المدرسة				المجموع	
	حكومية		خاصة			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
اقل من ساعتين	124	31.2	78	31.7	202	31.4
ساعتان إلى اربع ساعات	177	44.5	108	43.9	285	44.3
أكثر من اربع ساعات	97	24.4	60	24.4	157	24.4
المجموع	398	100	246	100	644	100

توصل الجدول رقم (18) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يومياً ونوع المدرسة، إلى أن نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من "ساعتين إلى أربع ساعات" يومياً لدى تلاميذ المدارس الحكومية والتي بلغت (44.5%) كانت أعلى من نسبة استخدامها لدى تلاميذ المدارس الخاصة والتي بلغت (43.9%). كما توصل إلى أن نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "أقل من ساعتين" يومياً لدى تلاميذ المدارس الخاصة والتي بلغت (31.7%) كانت أعلى من نسبة استخدامها لدى تلاميذ المدارس الحكومية؛ حيث بلغت (31.2%). في حين كانت نسبة استخدام التلاميذ في المدارس الحكومية والمدارس الخاصة لشبكات التواصل الاجتماعي "أكثر من أربع ساعات" يومياً هي النسبة الأدنى والتي بلغت بالتساوي (24.4%).

الجدول رقم (19) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يومياً ومنطقة السكن

عدد ساعات الاستخدام يومياً	منطقة السكن				المجموع	
	شرق عمان		غرب عمان			
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
اقل من ساعتين	121	32.4	81	29.9	202	31.4
ساعتان إلى اربع ساعات	151	40.5	134	49.4	285	44.3
أكثر من اربع ساعات	101	27.1	56	20.7	157	24.4
المجموع	373	100	271	100	644	100

في حين أظهر الجدول رقم (19) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يومياً ومنطقة السكن، أن نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من "ساعتين إلى أربع ساعات" يومياً لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان كانت أعلى من نسبة استخدامها لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان؛ حيث بلغت النسب على التوالي (49.4%)، (40.5%). في حين كانت نسبة استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان لشبكات التواصل الاجتماعي "أقل من ساعتين" يومياً؛ حيث بلغت (32.4%) أعلى من نسبة استخدامها لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان والتي بلغت (29.9%) وأخيراً أظهر الجدول أن نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "أكثر من أربع ساعات" يومياً لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان والتي وصلت إلى (27.1%) كانت أعلى من نسبة استخدامها لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان والتي بلغت (20.7%).

4-5 النتائج المتعلقة بالخبرة في الاستخدام

الجدول رقم (20) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغير الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

الخبرة في استخدام الشبكات	تلاميذ المرحلة الأساسية (13-16)	
	التكرار	النسبة %
ضعيفة	46	7.1
متوسطة	184	28.6
عالية	414	64.3
المجموع	644	100

من خلال الإطلاع على الجدول رقم (20) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغير الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، اتضح أن النسبة الأعلى كانت للتلاميذ الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" بخبرة "عالية" والتي بلغت (64.3%)، في حين أن (28.6%) من التلاميذ كان استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "متوسطة"، أما النسبة الأدنى والتي بلغت (7.1%) فكانت للتلاميذ الذين يستخدمون هذه الشبكات بخبرة "ضعيفة".

الجدول رقم (21) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والجنس

الخبرة في استخدام الشبكات	الجنس				المجموع	
	ذكر		انثى			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
ضعيفة	29	8.8	17	5.4	46	7.1
متوسطة	122	37.2	62	19.6	184	28.6
عالية	177	54	237	75	414	64.3
المجموع	328	100	316	100	644	100

بيّن الجدول رقم (21) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والجنس، أن نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام " بخبرة "عالية" لدى التلميذات والتي بلغت (75%) كانت أعلى من نسبة استخدامها لدى التلاميذ والتي بلغت (54%)، في حين كانت نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "متوسطة" لدى التلاميذ أعلى من نسبة استخدامها لدى التلميذات؛ حيث بلغت نسبة الذكور هنا (37.2%)، في حين بلغت نسبة الإناث (19.6%). كما كانت نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "ضعيفة" لدى التلاميذ والتي بلغت (8.8%) أعلى من نسبة استخدامها لدى التلميذات؛ بحيث وصلت نسبتهن إلى (5.4%).

الجدول رقم (22) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والصف

الخبرة في استخدام الشبكات	الصف								المجموع	
	السابع		الثامن		التاسع		العاشر			
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
ضعيفة	14	10	10	6.1	14	8	8	4.8	46	7.1
متوسطة	38	27.1	50	30.5	53	30.3	43	26.1	184	28.6
عالية	88	62.9	104	63.4	108	61.7	114	69.1	414	64.3
المجموع	140	100	164	100	175	100	165	100	644	100

أظهر الجدول رقم (22) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والصف، أن نسبة الاستخدام الأعلى لشبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "عالية" كانت لدى تلاميذ الصف العاشر والتي بلغت (69.1%)، تليها نسبة استخدام تلاميذ الصف الثامن؛ حيث بلغت (63.4%)، وبعدها تأتي نسبة استخدام تلاميذ الصف السابع والتي بلغت (62.9%)، وأخيراً تأتي نسبة استخدام تلاميذ الصف التاسع والتي وصلت إلى (61.7%). بينما كانت نسبة الاستخدام الأعلى لشبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "متوسطة" لدى تلاميذ الصف الثامن؛ حيث بلغت نسبتهم (30.5%)، تليها نسبة استخدام تلاميذ الصف التاسع والتي بلغت (30.3%)، وتأتي بعدها نسبة استخدام تلاميذ الصف السابع والتي بلغت (27.1%)، وأخيراً جاءت نسبة استخدام تلاميذ الصف العاشر والتي وصلت إلى (26.1%).

أما بالنسبة للتلاميذ الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "ضعيفة"؛ فقد كانت النسبة الأعلى للتلاميذ في الصف السابع والتي بلغت (10%)، تليها نسبة استخدام تلاميذ الصف التاسع والتي بلغت (8%)، وتأتي بعدها نسبة استخدام تلاميذ الصف الثامن؛ حيث بلغت (6.1%)، في حين كانت نسبة الأستخدام الأدنى هنا للتلاميذ في الصف العاشر والتي بلغت (4.8%). وبمعنى آخر؛ فقد تبين أن النسب الأعلى كانت لدى تلاميذ الصف السابع ويستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "ضعيفة"، وتلاميذ الصف الثامن ويستخدمون هذه الشبكات بخبرة "متوسطة"، وكذلك تلاميذ الصف العاشر ويستخدمونها بخبرة "عالية"؛ حيث بلغت النسب على التوالي (10%)، (35.5%)، (69.1%). أما النسب الأدنى؛ فقد كانت عند تلاميذ الصف العاشر ويستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "ضعيفة" وبخبرة "متوسطة"، كما كانت عند تلاميذ الصف التاسع ويستخدمون هذه الشبكات بخبرة "عالية"؛ حيث بلغت النسب على التوالي (4.8%)، (26.1%)، (61.7%).

الجدول رقم (23) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المدرسة

الخبرة في استخدام الشبكات	نوع المدرسة				المجموع	
	حكومية		خاصة			
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
ضعيفة	29	7.3	17	6.9	46	7.1
متوسطة	113	28.4	71	28.9	184	28.6
عالية	256	64.3	158	64.2	414	64.3
المجموع	398	100	246	100	644	100

أشار الجدول رقم (23) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ونوع المدرسة، إلى أن نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام"، بخبرة "عالية" لدى تلاميذ المدارس الحكومية والتي بلغت (64.3%) أعلى من نسبة استخدامها لدى تلاميذ المدارس الخاصة والتي وصلت إلى (64.2%). بينما كانت نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "متوسطة" لدى تلاميذ المدارس الخاصة أعلى من نسبة استخدامها لدى تلاميذ المدارس الحكومية؛ حيث بلغت النسب على التوالي (28.9%)، (28.4%). كما أشار الجدول إلى أن نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "ضعيفة" لدى التلاميذ في المدارس الحكومية والتي بلغت (7.3%) أعلى من نسبة استخدامها لدى تلاميذ المدارس الخاصة والتي وصلت إلى (6.9%).

الجدول رقم (24) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنطقة السكن

الخبرة في استخدام الشبكات	منطقة السكن				المجموع	
	شرق عمان		غرب عمان			
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
ضعيفة	30	8	16	5.9	46	7.1
متوسطة	114	30.6	70	25.8	184	28.6
عالية	229	61.4	185	68.3	414	64.3
المجموع	373	100	271	100	644	100

اتضح من الجدول رقم (24) التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب متغيري الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومنطقة السكن، أن (68.3%) – وهي النسبة الأعلى – من التلاميذ الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" بخبرة "عالية" يسكنون مناطق غرب عمان ، في حين وصلت نسبتهم من التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان إلى (61.4%). بينما اتضح أن نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "متوسطة" لدى التلاميذ الذي يسكنون مناطق شرق عمان والتي بلغت (30.6%) أعلى من نسبة استخدامها لدى التلاميذ الذي يسكنون مناطق غرب عمان والتي وصلت إلى (25.8%). وكانت نسبة استخدام هذه الشبكات بخبرة "ضعيفة" لدى التلاميذ في مناطق شرق عمان أعلى من نسبة استخدامها لدى التلاميذ في مناطق غرب عمان؛ بحيث بلغت النسب على التوالي (8%)، (5.9%).

أما النتائج المتعلقة بدوافع الاستخدام تجيب **عن السؤال الثاني: ما دوافع استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي؟**

5-5 النتائج المتعلقة بدوافع استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (25) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات التلاميذ على الفقرات المتعلقة بدوافع استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي

الفقرات	تلاميذ المرحلة الأساسية		
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
إقامة علاقة عاطفية.	1.63	.80	منخفضه
التقليل من الفراغ العاطفي الذي أشعر به.	1.70	.81	متوسطه
التقليل من الفراغ الاجتماعي الذي أعاني منه.	2.03	.84	متوسطه
مواكبة الأخبار والأحداث السياسية الجارية	2.16	.81	متوسطه
التخفيف من حالات العزلة والإكتئاب التي كنت أشعر بها.	2.21	.86	متوسطه
الدخول إلى مجموعات ومنتديات الحوار للدردشة.	2.33	.78	متوسطه
التعرف على ثقافات الشعوب المختلفة.	2.44	.69	مرتفعه
البحث عن المعلومات المدرسية.	2.50	.70	مرتفعه
الإطلاع على الأخبار الفنية، كأخبار الفنانين والمطربين ولاعبين الرياضة المشاهير.	2.50	.71	مرتفعه
زيادة العلاقات الاجتماعية والتعرف على أشخاص جدد.	2.55	.70	مرتفعه
إقامة علاقة صداقة.	2.59	.69	مرتفعه
التخفيف من القلق والملل الذي يصيبني.	2.61	.67	مرتفعه
زيادة المعرفة والثقافة العامة.	2.76	.52	مرتفعه
التسلية والترفيه واللعب.	2.81	.45	مرتفعه
تبادل الرسائل الالكترونية مع الأهل أوالأصدقاء.	2.87	.38	مرتفعه
المتوسط العام للدوافع	2.38	.29	مرتفعه

بيّن الجدول رقم (25) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات التلاميذ على الفقرات المتعلقة بدوافع استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي، أن المتوسط العام لمحور دوافع استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي قد احتل الدرجة "المرتفعة"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.38) بانحراف معياري (29.).

وبين كذلك أن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" حقق لهم دوافعهم التالية: (التعرف على ثقافات الشعوب المختلفة، البحث عن المعلومات المدرسية، الإطلاع على الأخبار الفنية، زيادة العلاقات الاجتماعية والتعرف على أشخاص جددن إقامة علاقة صداقة، التخفيف من القلق والملل الذي يصيبيني، زيادة المعرفة والثقافة العامة، التسلية والترفيه واللعب، تبادل الرسائل الالكترونية مع الأهل أوالأصدقاء) بدرجة "مرتفعة"، من الأدنى إلى الأعلى وفقاً لمتوسطاتهم الحسابية. كما بيّن أن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي بدافع "تبادل الرسائل الإلكترونية مع الأهل والأصدقاء" كان هو الدافع الأعلى من الدرجة "المرتفعة"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا الدافع (2.87) بانحراف معياري (.38)، في حين كان استخدامهم لهذه الشبكات بدافع "التعرف على ثقافات الشعوب المختلفة" هو الدافع الأدنى من الدرجة "المرتفعة"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.44) بانحراف معياري (.69).

وبيّن الجدول كذلك أن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي حقق لهم دوافعهم الآتية: (التقليل من الفراغ العاطفي الذي أشعر به، التقليل من الفراغ الاجتماعي الذي أعاني منه، مواكبة الأخبار والأحداث السياسية الجارية، التخفيف من حالات العزلة والإكتئاب التي كنت أشعر بها، الدخول إلى مجموعات ومنتديات الحوار للدردشة) بدرجة "متوسطة" من الأدنى إلى الأعلى وفقاً لمتوسطاتهم الحسابية، إلا أن استخدام التلاميذ لهذه الشبكات بدافع "الدخول إلى مجموعات ومنتديات الحوار للدردشة" كان هو الدافع الأعلى من الدرجة "المتوسطة"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا الدافع (2.33) بانحراف معياري (.78)، في حين كان استخدامهم لها بدافع "التقليل من الفراغ العاطفي الذي أشعر به" هو الدافع الأدنى من الدرجة "المتوسطة"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.70) بانحراف معياري (.81).

وأخيراً بيّن الجدول أن دافع واحد فقط من هذه الدوافع قد تحقق من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بدرجة "منخفضه" والذي تمثل بـ "إقامة علاقة عاطفية"؛ فقد بلغ المتوسط الحسابي لهذا الدافع (1.63) بانحراف معياري (.80).

أما النتائج المتعلقة بإشباع الحاجات تجيب عن **السؤال الثالث: ما الحاجات التي تشبعها شبكات التواصل الاجتماعي لتلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية؟**

6-5 النتائج المتعلقة بإشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ

الجدول رقم (26) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات التلاميذ على الفقرات المتعلقة بإشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ

الفقرات	تلاميذ المرحلة الأساسية		
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
تجنبني المخاطر والخوف من الأشياء غير المألوفة.	2.35	.77	مرتفعة
اكتساب الأساليب والفنون الحياتية المختلفة مثل مهارات (الاصغاء، الإنصات، الاستماع، الإقناع....الخ).	2.55	.66	مرتفعه
تعلم اللغات المختلفة.	2.57	.66	مرتفعه
زيادة إلتزامي بالعادات والتقاليد والقيم والأخلاق العربية التي تتمثل باحترام الكبير والعطف على الصغير وإماطة الأذى عن الطريق ....الخ.	2.58	.62	مرتفعه
زيادة رغبتي في إيجاد مكانة بين الآخرين والإندماج معهم.	2.59	.68	مرتفعه
التعبير عن نفسي في حدود قدراتي وإمكانياتي.	2.64	.60	مرتفعه
تحقق آمالي وطموحاتي بما يتناسب مع شخصيتي.	2.65	.62	مرتفعه
تمكنني من البحث والاستطلاع والاستكشاف، كالتعرف على بلدان مختلفة من العالم.	2.72	.54	مرتفعه
الأعتماد على نفسي وتحمل بعض المسؤوليات.	2.73	.54	مرتفعه
تقبل الآخرين ومحبتهم لي.	2.78	.50	مرتفعه
المتوسط العالم للحاجات	2.62	.31	مرتفعه

أشار الجدول رقم (26) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات التلاميذ على الفقرات المتعلقة بإشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ، أشار إلى أن المتوسط العام لمحور إشباع الحاجات قد احتل الدرجة "المرتفعه"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.26) بانحراف معياري (.31)، وأشار كذلك إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" أسهمت في إشباع وتلبية جميع الحاجات "النفسية والاجتماعية والمعرفية" للتلاميذ في المرحلة الأساسية بدرجة "مرتفعة". كما أشار الجدول إلى أن الحاجة إلى "الحب والحنان" كانت هي الحاجة الأكثر إشباعاً من خلال استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لهذه الشبكات؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي للفقرة الدالة على هذه الحاجة والتي تمثلت بـ "تقبل الآخرين ومحتبهم لي" (2.78) بانحراف معياري (.50).

في حين كانت الحاجة إلى "الأمن العاطفي" هي الحاجة الأقل إشباعاً من خلال استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي، ويتضح ذلك من خلال المتوسط الحسابي للفقرة الدالة على هذه الحاجة والتي تمثلت بـ "تجنبني المخاطر والخوف من الأشياء غير المألوفة"؛ فقد بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.35) بانحراف معياري (.77).

أما النتائج المتعلقة بنتائج الاستخدام تجيب عن **السؤال الرابع: ما نتائج استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي على تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية؟**

7-5 النتائج المتعلقة بنتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي

الجدول رقم (27) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات التلاميذ على الفقرات المتعلقة بنتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي

الفقرات	تلاميذ المرحلة الأساسية		
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
التباعد بيني وبين أفراد اسرتي الذين أعيش معهم	1.52	.75	منخفضه
ابتزاز الآخرين لي من خلال استغلالهم لصوري الشخصية ومعلوماتي الخاصة.	1.55	.78	منخفضه
تدني تحصيلي المدرسي.	1.58	.78	منخفضه
زيادة شعوري بالوحدة والعزلة عن محيطي الاجتماعي	1.62	.81	منخفضه
ابتعادي عن الثقافة العربية التي أنتمي إليها.	1.62	.79	منخفضه
التقليل من زيارتي لأقاربي ومشاركتي في المناسبات العائلية (حفلات الأعراس، النجاح...الخ).	1.76	.84	متوسطه
المساعدة في التعرف على الجنس الآخر	2.01	.87	متوسطه
التعبير عن آرائي الشخصية التي لا أستطيع أن أفصح عنها أمام أهلي.	2.19	.83	متوسطه
إيجاد حلول لبعض المشكلات الاجتماعية التي اوجهها	2.33	.77	متوسطه
قضاء وقت طويل في التحدث مع أصدقائي ومعارفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي أقضيه معهم وجها لوجهه.	2.38	.75	مرتفعه
إشباع فضولي في الحصول على معلومات أكثر من تلك الموجودة في كتبي المدرسية.	2.49	.72	مرتفعه
التقريب بيني وبين أفراد اسرتي ممن يعيشون في الخارج	2.66	.64	مرتفعه
الشعور بالألفة والانتماء لاصدقائي ومعارفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي	2.69	.58	مرتفعه
زيادة ثقتي بنفسي	2.71	.58	مرتفعه
زيادة عدد اصدقائي ومعارفي وعبر مواقع التواصل الاجتماعي	2.72	.58	مرتفعه
الاستفادة من خبرات الآخرين وتجاربهم.	2.72	.56	مرتفعه
زيادة تواصلي وتفاعلي مع الآخرين	2.79	.49	مرتفعه
المتوسط العام للنتائج	2.20	.32	متوسطه

أظهر الجدول رقم (27) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات التلاميذ على الفقرات المتعلقة بنتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي، أظهر أن المتوسط العام لمحور نتائج الاستخدام قد احتل الدرجة "المتوسطه"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.20) بانحراف معياري (.32)، وأظهر كذلك أن النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" جاءت بدرجة "مرتفعة"؛ من حيث النتائج التالية: (قضاء وقت طويل في التحدث مع أصدقائي ومعارفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي أقضيه معهم وجها لوجهه، إشباع فضولي في الحصول على معلومات أكثر من تلك الموجودة في كتبي المدرسية، التقريب بيني وبين أفراد اسرتي ممن يعيشون في الخارج، الشعور بالألفة والانتماء لأصدقائي ومعارفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، زيادة ثقتي بنفسي، زيادة عدد اصدقائي ومعارفي وعبر مواقع التواصل الاجتماعي، الاستفادة من خبرات الآخرين وتجاربهم، زيادة تواصلي وتفاعلي مع الآخرين) من الأدنى إلى الأعلى وفقاً لمتوسطاتهم الحسابية؛ إلا أن النتيجة الأعلى من بين النتائج التي احتلت الدرجة "المرتفعه" كانت تتمثل بـ "زيادة تواصلي وتفاعلي مع الآخرين"؛ فقد بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.79) بانحراف معياري (.49). في حين كانت النتيجة الأدنى من بين النتائج التي احتلت الدرجة "المرتفعة" تتمثل بـ "قضاء وقت طويل في التحدث مع أصدقائي ومعارفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي أقضيه معهم وجها لوجهه"؛ وذلك بمتوسط حسابي (2.38) وانحراف معياري (.75).

وأظهر الجدول كذلك أن النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي جاءت بدرجة "متوسطة" فيما يتعلق بالنتائج التالية: (التقليل من زيارتي لأقاربي ومشاركتي في المناسبات العائلية (حفلات الأعراس، النجاح...الخ)، المساعدة في التعرف على الجنس الآخر، التعبير عن آرائي الشخصية التي لا أستطيع أن أفصح عنها أمام أهلي، إيجاد حلول لبعض المشكلات الاجتماعية التي أوجهها) من الأدنى إلى الأعلى وفقاً لمتوسطاتهم الحسابية؛ إلا أن النتيجة الأعلى من بين النتائج التي احتلت الدرجة "المتوسطه" كانت تتمثل بـ "إيجاد حلول لبعض المشكلات الاجتماعية التي أوجهها"؛ وذلك بمتوسط حسابي (2.33) وانحراف معياري (.77). في حين تمثلت النتيجة الأدنى هنا بـ " التقليل من زيارتي لأقاربي ومشاركتي في المناسبات العائلية (حفلات الأعراس، النجاح...الخ)"؛ وذلك بمتوسط حسابي (1.76) وانحراف معياري (.84).

وأخيراً يظهر الجدول أن النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي جاءت بدرجة "منخفضه" فيما يتعلق بالنتائج التالية: (التباعد بيني وبين أفراد اسرتي الذين أعيش معهم، ابتزاز الآخرين لي من خلال استغلالهم لصوري الشخصية ومعلوماتي الخاصة، تدني تحصيلي المدرسي، زيادة شعوري بالوحدة والعزلة عن محيطي الاجتماعي، ابتعادي عن الثقافة العربية التي أنتمي إليها) من الأدنى إلى الأعلى وفقاً لمتوسطاتهم الحسابية؛ إلا أن النتيجة الأعلى من النتائج التي احتلت الدرجة "المنخفضه" تمثلت بـ "ابتعادي عن الثقافة العربية التي أنتمي إليها"؛ وذلك بمتوسط حسابي (1.62) وانحراف معياري (.79)، في حين تمثلت النتيجة الأدنى من بين النتائج التي احتلت الدرجة "المنخفضة" بـ "التباعد بيني وبين أفراد اسرتي الذين أعيش معهم" وذلك بمتوسط حسابي (1.52) وانحراف معياري (.75).

في حين جاء النتائج المتعلقة بالفروق ذات الدلالة الإحصائية للمحاور الثلاثة (الدوافع، الحاجات، النتائج) لتجيب عن **السؤال الخامس: ما الفروق في دوافع استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي، تعزى لمتغيرات الدراسة؟ والسؤال السادس: ما الفروق في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ في المرحلة التعليمية الأساسية، تعزى لمتغيرات الدراسة؟ والسؤال السابع: ما الفروق في النتائج المترتبة عن استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي، تعزى لمتغيرات الدراسة؟**

8-5 النتائج المتعلقة بالفروق ذات الدلالة الإحصائية للمحاور الثلاثة (الدوافع، الحاجات، النتائج)

الجدول رقم (28) نتائج اختبار (ت) Independent Samples T-Test على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) لفحص دلالة الفروق وفقاً لمتغير الجنس

النوع / المحور	ذكر (ن = 328)		أنثى (ن = 316)		قيمة T	الدلالة الإحصائية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
دوافع استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي	2.42	.28	2.33	.29	4.140	.000
إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة	2.62	.31	2.61	.32	.437	.662
نتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي	2.26	.32	2.13	.32	5.129	.000

توصل الجدول رقم (28) نتائج اختبار (ت) Independent Samples T-Test على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) لفحص دلالة الفروق وفقاً لمتغير الجنس، توصل إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" تعزى لمتغير الجنس؛ حيث بلغت قيمة "ت" (4.140) ومستوى دلالتها (0.00) لصالح الذكور بمتوسط حسابي (2.42) وانحراف معياري (0.29)؛ أي أن التلاميذ الذكور يحققون دوافعهم من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الإناث. في حين توصل إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ (النفسية والاجتماعية والمعرفية) تعزى لمتغير الجنس؛ حيث بلغت قيمة "ت" (0.437) ومستوى دلالتها (0.662).

بينما توصلت الدراسة من خلال الجدول رقم (28) إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس؛ حيث بلغت قيمة "ت" (5.129) ومستوى دلالتها (0.00)، لصالح الذكور بمتوسط حسابي (2.26) وانحراف معياري (.32)؛ أي أن نتائج الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي تظهر على التلاميذ الذكور أكثر من ظهورها على الإناث.

الجدول رقم (29) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع ، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير العمر

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
دوافع استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.394	3	.131	1.537	.204
	خلال المجموعات	54.722	640	.086		
	المجموع	55.116	643			
إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة	بين المجموعات	.456	3	.152	1.493	.215
	خلال المجموعات	65.168	640	.102		
	المجموع	65.624	643			
نتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.403	3	.134	1.250	.291
	خلال المجموعات	68.789	640	.107		
	المجموع	69.192	643			

أشار الجدول رقم (29) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير العمر، أشار إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" تعزى لمتغير العمر؛ حيث بلغت قيمة "ف" (1.537) ومستوى دلالتها (0.204). كما أشار الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ (النفسية والاجتماعية والمعرفية) تعزى لمتغير العمر؛ حيث بلغت قيمة "ف" (1.493) ومستوى دلالتها (0.215). وأشار أيضاً إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمر؛ حيث بلغت قيمة "ف" (1.250) ومستوى دلالتها (0.291).

الجدول رقم (30) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير الصف

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
دوافع استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.093	3	.031	.359	0.782
	خلال المجموعات	55.023	640	.086		
	المجموع	55.116	643			
إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة	بين المجموعات	.148	3	.049	.482	.695
	خلال المجموعات	65.476	640	.102		
	المجموع	65.624	643			
نتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.009	3	.003	.029	.993
	خلال المجموعات	69.182	640	.108		
	المجموع	69.192	643			

أما الجدول رقم (30) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير الصف؛ فقد أشار إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" تعزى لمتغير الصف؛ حيث بلغت قيمة "ف" (0.359) ومستوى دلالتها (0.782). كما أشار الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ (النفسية والاجتماعية والمعرفية) تعزى لمتغير الصف؛ حيث بلغت قيمة اختبار "ف" (0.482) ومستوى دلالتها (0.695). كذلك أشار هذا الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الصف؛ حيث بلغت قيمة "ف" (0.029) ومستوى دلالتها (0.993).

الجدول رقم (31) نتائج اختبار (ت) Independent Samples T-Test على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) لفحص دلالة الفروق وفقاً لمتغير منطقة السكن

منطقة السكن / المحور	شرق عمان (ن= 373)		غرب عمان (ن =271)		قيمة T	الدلالة الإحصائية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
دوافع استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي	**2.39**	**.28**	**2.36**	**.29**	**1.524**	**.128**
إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة	**2.61**	**.33**	**2.63**	**.29**	**.873**	**.383**
نتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي	**2.19**	**.32**	**2.20**	**.33**	**.187**	**.852**

اتضح من الجدول رقم (31) نتائج اختبار (ت) Independent Samples T-Test على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) لفحص دلالة الفروق وفقاً لمتغير منطقة السكن، اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" تعزى لمتغير منطقة السكن؛ حيث بلغت قيمة "ت" (1.524) ومستوى دلالتها (0.128).

كما اتضح من الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ (النفسية والاجتماعية والمعرفية) تعزى لمتغير منطقة السكن؛ حيث بلغت قيمة "ت" (0.873) ومستوى دلالتها (0.383). كذلك اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير منطقة السكن؛ حيث بلغت قيمة "ت" (0.187) ومستوى دلالتها (0.852).

الجدول رقم (32) نتائج اختبار (ت) Independent Samples T-Test على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) لفحص دلالة الفروق وفقاً لمتغير نوع المدرسة

نوع المدرسة / المحور	حكومية (ن=398)		خاصة (ن=246)		قيمة T	الدلالة الإحصائية
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
دوافع استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي	**2.36**	**.29**	**2.40**	**.29**	**1.532**	**.126**
إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة	**2.61**	**.33**	**2.62**	**.29**	**.286**	**.775**
نتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي	**2.21**	**.34**	**2.18**	**.30**	**1.109**	**.268**

أظهر الجدول رقم (32) نتائج اختبار (ت) Independent Samples T-Test على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) لفحص دلالة الفروق وفقاً لمتغير نوع المدرسة، أظهر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" تعزى لمتغير نوع المدرسة؛ حيث بلغت قيمة "ت" (1.532) ومستوى دلالتها (0.126). كما أظهر الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ (النفسية والاجتماعية والمعرفية) تعزى لمتغير نوع المدرسة؛ حيث بلغت قيمة "ت" (0.286) ومستوى دلالتها (0.775).

وأظهر الجدول كذلك عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير نوع المدرسة؛ حيث بلغت قيمة "ت" (1.109) ومستوى دلالتها (0.268).

الجدول رقم (33) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير مواقع شبكات التواصل الاجتماعي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
دوافع استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.357	6	.059	.691	.657
	خلال المجموعات	54.760	637	.086		
	المجموع	55.116	643			
إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة	بين المجموعات	.872	6	.145	1.430	.200
	خلال المجموعات	64.752	637	.102		
	المجموع	65.624	643			
نتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.909	6	.152	1.414	.207
	خلال المجموعات	68.283	637	.107		
	المجموع	69.192	643			

بيّن الجدول رقم (33) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" تعزى لمتغير مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة "ف" (0.691) ومستوى دلالتها (0.657).

كما بيّن الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ (النفسية والاجتماعية والمعرفية) تعزى لمتغير مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة "ف" (1.430) ومستوى دلالتها (0.200).

وأخيراً بيّن الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة "ف" (1.414) ومستوى دلالتها (0.207).

الجدول رقم (34) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
دوافع استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	1.133	2	.567	6.728	.001
	خلال المجموعات	53.983	641	.084		
	المجموع	55.116	643			
إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة	بين المجموعات	.302	2	.151	1.481	.228
	خلال المجموعات	65.322	641	.102		
	المجموع	65.624	643			
نتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	2.382	2	1.191	11.426	.000
	خلال المجموعات	66.810	641	.104		
	المجموع	69.192	643			

أشار الجدول رقم (34) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أشار إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة "ف" (6.728) ومستوى دلالتها (0.001)، ومن أجل تحديد مصدر الفروق الإحصائية فيما يتعلق بتحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ فقد تم استخدام اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية والجدول رقم (35) يوضح ذلك. في حين أشار الجدول رقم (34) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ (النفسية والاجتماعية والمعرفية) تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة "ف" (1.481) ومستوى دلالتها (0.228).

وأخيراً أشار الجدول رقم (34) إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة "ف" (11.426) ومستوى دلالتها (0.00)، ومن أجل تحديد مصدر الفروق الإحصائية فيما يتعلق بالنتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ فقد تم استخدام اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية والجدول رقم (36) يوضح ذلك.

جدول رقم (35) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لتحديد مصدر الفروق الإحصائية في دوافع استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدام الشبكات

المحور	ساعات استخدام الانترنت يومياً	العدد	الفرق بين المتوسطين	الدلالة الإحصائية
ساعات استخدام الانترنت يومياً	أقل من ساعتين	202	0.12	0.167
	ساعتان إلى أربع ساعات	285	0.59	0.151
	أكثر من أربع ساعات	157	0.45	0.00

أظهر الجدول رقم (35) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لتحديد اتجاه الفروق الإحصائية في دوافع استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدام الشبكات، أظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، لصالح التلاميذ الذين يستخدمون هذه الشبكات "أكثر من أربع ساعات" يومياً عند مقارنتهم بالتلاميذ الذين يستخدمونها "أقل من ساعتين" يومياً، والتلاميذ الذين يستخدمون هذه الشبكات من "ساعتين إلى أربع ساعات" يومياً؛ أي أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تحققت دوافعهم المرجوة.

جدول رقم (36) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لتحديد مصدر الفروق الإحصائية في النتائج المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدام الشبكات

المحور	ساعات استخدام الانترنت يومياً	العدد	الفرق بين المتوسطين	الدلالة الإحصائية
ساعات استخدام الانترنت يومياً	أقل من ساعتين	202	0.43	0.155
	ساعتان إلى أربع ساعات	285	0.41	0.169
	أكثر من أربع ساعات	157	0.52	0.01

تبين من الجدول رقم (36) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لتحديد مصدر الفروق الإحصائية في النتائج المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدام الشبكات، تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، لصالح التلاميذ الذين يستخدمون هذه الشبكات "أكثر من أربع ساعات" يومياً عند مقارنتهم بالتلاميذ الذين يستخدمونها "أقل من ساعتين" يومياً، والتلاميذ الذين يستخدمون هذه الشبكات من "ساعتين إلى أربع ساعات" يومياً؛ أي أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام التلاميذ في المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي زادت نتائجها على حياة هؤلاء التلاميذ.

الجدول رقم (37) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
دوافع استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.295	2	.148	1.727	.179
	خلال المجموعات	54.821	641	.086		
	المجموع	55.116	643			
إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة	بين المجموعات	.887	2	.444	4.393	.013
	خلال المجموعات	64.737	641	.101		
	المجموع	65.624	643			
نتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.087	2	.043	.402	.669
	خلال المجموعات	69.105	641	.108		
	المجموع	69.192	643			

توصل الجدول رقم (37) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، توصل إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" تعزى لمتغير الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة "ف" (1.727) ومستوى دلالتها (0.179). في حين توصل الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ "النفسية والاجتماعية والمعرفية" تعزى لمتغير الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة "ف" (4.393) ومستوى دلالتها (0.013)، ومن أجل تحديد مصدر الفروق الإحصائية فيما يتعلق بإشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ وفقاً لمتغير الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ فقد تم استخدام اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، كما هو مبين في الجدول رقم (38). وأخيراً تبين من خلال الجدول رقم (37) عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغت قيمة اختبار "ف" (0.402) ومستوى دلالتها (0.669).

جدول رقم (38) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لتحديد مصدر الفروق الإحصائية في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ وفقاً لمتغير الخبرة في استخدام الشبكات

المحور	الخبرة في الاستخدام	العدد	الفرق بين المتوسطين	مستوى الدلالة
الخبرة في الاستخدام الشبكات	ضعيفة	46	0.33	0.168
	متوسطة	184	0.44	0.159
	عالية	414	0.52	0.01

أظهر الجدول رقم (38) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لتحديد مصدر الفروق الإحصائية في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ وفقاً لمتغير الخبرة في استخدام الشبكات، أظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة تعزى لمتغير الخبرة في استخدام الشبكات، لصالح التلاميذ الذين يستخدمون هذه الشبكات بخبرة "عالية" عند مقارنتهم بالتلاميذ الذين يستخدمونها بخبرة "ضعيفة" والتلاميذ الذين يستخدمون هذه الشبكات بخبرة "متوسطة"؛ أي أنه كلما زادت خبرة تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي زاد ذلك من مساهمة هذه الشبكات في إشباع حاجاتهم "النفسية والاجتماعية والمعرفية".

الجدول رقم (39) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
دوافع استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.040	2	.020	.231	.794
	خلال المجموعات	55.076	641	.086		
	المجموع	55.116	643			

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة	بين المجموعات	1.004	2	.502	4.977	.007
	خلال المجموعات	64.621	641	.101		
	المجموع	65.624	643			
نتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.880	2	.440	4.127	.017
	خلال المجموعات	68.312	641	.107		
	المجموع	69.192	643			

أشار الجدول رقم (39) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته، أشار إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" تعزى لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته؛ حيث بلغت قيمة "ف" (0.231) ومستوى دلالتها (0.794). في حين أشار الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ (النفسية والاجتماعية والمعرفية) تعزى لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته؛ حيث بلغت قيمة "ف" (4.977) ومستوى دلالتها (0.007)، ومن أجل تحديد مصدر الفروق الإحصائية فيما يتعلق بإشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ وفقاً لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته؛ فقد تم استخدام اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، كما هو مبين في الجدول رقم (40).

كما أشار الجدول رقم (39) إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته؛ حيث بلغت قيمة "ف" (4.127) ومستوى دلالتها (0.017)، ومن أجل تحديد مصدر الفروق الإحصائية فيما يتعلق بالنتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته؛ فقد تم استخدام اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، كما هو مبين في الجدول رقم (41).

الجدول رقم (40) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لتحديد مصدر الفروق الإحصائية في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ وفقاً لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته

المحور	طبيعة علاقة التمليذ بأسرته	العدد	الفرق بين المتوسطين	مستوى الدلالة
طبيعة علاقة التلميذ بأسرته	ضعيف	14	0.33	0.153
	متوسطة	149	0.44	0.177
	قوية	481	0.52	0.00

أظهر الجدول رقم (40) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لتحديد مصدر الفروق الإحصائية في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ وفقاً لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته، أظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة تعزى لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته، لصالح التلاميذ الذين تربطهم بأسرهم علاقة قوية عند مقارنتهم بالتلاميذ الذين تربطهم بأسرهم علاقة ضعيفة والتلاميذ الذين تربطهم بأسرهم علاقة متوسطة؛ أي أنه كلما كانت علاقة تلاميذ المرحلة الأساسية بأسرهم قوية زاد ذلك من إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجاتهم (النفسية والاجتماعية والمعرفية).

الجدول رقم (41) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لتحديد مصدر الفروق الإحصائية في النتائج المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته

المحور	طبيعة علاقة التمليذ بأسرته	العدد	الفرق بين المتوسطين	مستوى الدلالة
طبيعة علاقة التلميذ بأسرته	ضعيف	14	0.58	0.01
	متوسطة	149	0.47	0.177
	قوية	481	0.44	0.153

اتضح من الجدول رقم (41) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لتحديد مصدر الفروق الإحصائية في النتائج المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته، اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته، لصالح التلاميذ الذين تربطهم بأسرهم علاقة ضعيفة عند مقارنتهم بالتلاميذ الذين تربطهم بأسرهم علاقة متوسطة والتلاميذ الذين تربطهم بأسرهم علاقة قوية؛ أي أن كلما كانت علاقة التلاميذ في المرحلة التعليمية الأساسية بأسرهم ضعيفه زادت النتائج المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على حياة هؤلاء التلاميذ.

الجدول رقم (42) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير عدد أفراد الأسرة

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
دوافع استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.407	3	.136	1.587	.191
	خلال المجموعات	54.709	640	.085		
	المجموع	55.116	643			
إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة	بين المجموعات	.153	3	.051	.499	.683
	خلال المجموعات	65.471	640	.102		
	المجموع	65.624	643			
نتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.042	3	.014	.128	.943
	خلال المجموعات	69.150	640	.108		
	المجموع	69.192	643			

توصل الجدول رقم (42) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير عدد أفراد الأسرة، توصل إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" تعزى لمتغير عدد أفراد الأسرة؛ حيث بلغت قيمة "ف" (1.587) ومستوى دلالتها (0.191). وتوصل أيضاً إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ (النفسية والاجتماعية والمعرفية) تعزى لمتغير عدد أفراد الأسرة؛ حيث بلغت قيمة "ف" (0.499) ومستوى دلالتها (0.683). بالإضافة إلى ذلك؛ فقد توصل الجدول رقم (42) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير عدد أفراد الأسرة؛ حيث بلغت قيمة "ف" (0.128) ومستوى دلالتها (0.943).

الجدول رقم (43) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير المصروف اليومي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
دوافع استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.020	3	.007	.079	.971
	خلال المجموعات	55.096	640	.086		
	المجموع	55.116	643			
إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة	بين المجموعات	.257	3	.086	.838	.473
	خلال المجموعات	65.368	640	.102		
	المجموع	65.624	643			
نتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.110	3	.037	.339	.797
	خلال المجموعات	69.082	640	.108		
	المجموع	69.192	643			

أما الجدول رقم (43) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير المصروف اليومي للتلميذ؛ فقد أشار إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي"الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" تعزى لمتغير المصروف اليومي للتلميذ؛ حيث بلغت قيمة "ف" (0.079) ومستوى دلالتها (0.971). كما أشار الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ (النفسية والاجتماعية والمعرفية) تعزى لمتغير المصروف اليومي للتلميذ؛ حيث بلغت قيمة "ف" (0.838) ومستوى دلالتها (0.473). كذلك أشار الجدول رقم (43) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المصروف اليومي للتلميذ؛ حيث بلغت قيمة "ف" (0.339) ومستوى دلالتها (0.797).

الجدول رقم (44) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير التحصيل المدرسي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
دوافع استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	.326	4	.082	.952	.433
	خلال المجموعات	54.790	639	.086		
	المجموع	55.116	643			
إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ المختلفة	بين المجموعات	.216	4	.054	.527	.716
	خلال المجموعات	65.408	639	.102		
	المجموع	65.624	643			
نتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي	بين المجموعات	3.872	4	.968	9.471	.000
	خلال المجموعات	65.319	639	.102		
	المجموع	69.192	643			

أشار الجدول رقم (44) نتائج تحليل التباين الأحادي (ف) على الفقرات المتعلقة بالمحاور الآتية (الدوافع، الحاجات، النتائج) وفقاً لمتغير التحصيل المدرسي، أشار إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" تعزى لمتغير التحصيل المدرسي؛ حيث بلغت قيمة "ف" (0.952) ومستوى دلالتها (0.433).

كما أشار الجدول إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ (النفسية والاجتماعية والمعرفية) تعزى لمتغير التحصيل المدرسي؛ حيث بلغت قيمة "ف" (0.527) ومستوى دلالتها (0.716). في حين أشار الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التحصيل المدرسي؛ حيث بلغت قيمة "ف" (9.471) ومستوى دلالتها (0.00)، ومن أجل تحديد مصدر الفروق الإحصائية فيما يتعلق بالنتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير التحصيل المدرسي؛ فقد تم استخدام اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية، كما هو مبين في الجدول رقم (45).

الجدول رقم (45) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لتحديد مصدر الفروق الإحصائية في النتائج المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير التحصيل المدرسي

المحور	طبيعة علاقة التمليذ بأسرته	العدد	الفرق بين المتوسطين	مستوى الدلالة
التحصيل المدرسي	59-50	20	0.79	0.000
	69-60	64	0.52	0.444
	79-70	144	0.43	0.114
	89-80	211	0.41	0.166
	90 فأكثر	205	0.54	0.166

اتضح من الجدول رقم (45) نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لتحديد مصدر الفروق الإحصائية في النتائج المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفقاً لمتغير التحصيل المدرسي، اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التحصيل المدرسي، لصالح التلاميذ الذين تراوحت معدلاتهم بين (50-59) وهي الفئة الأقل، عند مقارنتهم بغيرهم من التلاميذ؛ أي أنه كلما قل التحصيل المدرسي (الأكاديمي) للتلاميذ في المرحلة التعليمية الأساسية زادت النتائج المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" على حياة هؤلاء التلاميذ.

الفصل السادس

مناقشة النتائج والتوصيات

الفصل السادس

مناقشة النتائج والتوصيات

توصلت هذه الدراسة من خلال جمع البيانات الميدانية من أفراد العينة – تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية والذين تراوحت أعمارهم بين (13-16) سنة – وتحليلها إحصائياً عن طريق حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS)، إلى مجموعة من النتائج التي تمثل الإيجابات عن تساؤلات الدراسة، وتم ربط هذه النتائج بالإطار النظري المتمثل بنتائج الدراسات والأدبيات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، على النحو الآتي:

1-6 مناقشة النتائج المتعلقة باستخدامات التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي

- بينت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمواقع شبكات التواصل الاجتماعي، أن هناك تنوعاً في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل تلاميذ المرحلة الأساسية؛ بحيث كانت النسبة الأعلى لدى التلاميذ الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" معاً والتي بلغت (64%). أما النسبة الأدنى هنا؛ فقد كانت لدى التلاميذ الذين يستخدمون شبكتي "الانستجرام والوتس آب" معاً والتي بلغت (0.8%). في حين توصلت نتائج دراسة ساري (2013) إلى أن هناك استخداما واسعا لمواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب، سواء داخل المجتمع الأردني أو خارجه. وهذا يدل على أن هناك استخداماً واسعاً لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي بين مختلف الفئات العمرية في المجتمع الأردني.

- كما وبينت النتائج فيما يتعلق بمجموع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أن أكثر هذه الشبكات استخداماً من قبل تلاميذ المرحلة الأساسية كانت شبكة "الفيس بوك"؛ حيث بلغ مجموع نسب استخدامها (93.4%)، تليها شبكة "الوتس آب" والتي بلغ مجموع نسبة استخدامها (86.6%)، وأخيراً بلغ مجموع نسب استخدام شبكة "الانستجرام" (69.4%). وتؤكد هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة منصور (2014)؛ بحيث توصلت إلى أن "الفيس بوك" تبوأ المرتبة الأولى في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (72.4%) لدى أفراد العينة مقارنة مع الشبكات الأخرى.

وتعتبر هذه النتيجة متوقعة وذلك للأسباب الآتية:

1. أن شبكة "الفيس بوك" من أولى الشبكات في الجيل الثاني من الويب (2.0)؛ بحيث ظهرت بعد شبكة "ماي سبيس" عام (2004).

2. شمولية الخدمات التي تقدمها شبكة "الفيس بوك"؛ فهي تجمع بين إمكانية التواصل مع الآخرين من الأصدقاء والمعارف وغير المعارف أيضاً، وإجراء المحادثات وتبادل الرسائل الإلكتروانية.... وبين إمكانية نشر الصور ومقاطع الفيديو الخاصة والعامة والإطلاع على صور الآخرين من الأصدقاء والمعارف والمشاهير كالفنانين والموسيقين ...وغير ذلك من الخدمات.

3. تقدم شبكة "الفيس بوك" خدمات إضافية غير متوفرة في شبكتي "الوتس آب" و"الانستجرام" كالحصول على المعلومات المتنوعة – ثقافية، معرفية، اقتصادية...الخ، مواكبة الأخبار والأحداث السياسية الجارية والمشاركة في المجموعات والمنتديات التي تثير اهتمام التلاميذ ...وغير ذلك.

4. بالإضافة إلى إمكانية استخدام شبكة "الفيس بوك" من خلال أجهزة الكمبيوتر وأجهزة اللابتوب، في حين انحصر استخدام شبكة "الوتس آب" خاصة في الهواتف الذكية.

5. تتصف شبكة "الفيس بوك" بأنها شبكة عامة؛ أي أنها تتناسب مع كافة الفئات العمرية والمستويات الثقافية، فهي تملك ميزات تجعل استخدامها متاحاً أمام الجميع. ومن الواضح أن هذه الصفه لا تتوافر لدى شبكة "الوتس آب" التي تعتمد اعتماداً كبيراً على المحادثات الكتابية، أو شبكة "الانستجرام" التي تتصف بنوع من التعقيد فيما يتعلق باستخدامها المحصور بالإطلاع أو نشر الصور ومقاطع الفيديو.

6. سياسة التملك التي تتبعها شبكة "الفيس بوك" تجعلها دائماً تبقى بالصادرة؛ أي أنها تتبع سياسة السيطرة على السوق الإلكتروني من خلال الأستحواذ على الشبكات المنافسة؛ فقد قامت بشراء شبكة "الانستجرام" بتاريخ 12/ 4/ 2012م بمبلغ (مليار) دولار أمريكي، في حين قامت بشراء شبكة "الوتس آب" بتاريخ 2014/2/14 بمبلغ (12) مليار دولار أمريكي.

7. وربما يرجع سبب تقدم نسب استخدام تلاميذ المرحلة الأساسية لشبكة "الوتس آب" على نسب استخدامهم لشبكة "الانستجرام" إلى السهولة في استخدام الخدمات التي تقدمها شبكة "الوتس آب" وخاصة فيما يتعلق بإمكانية تحويل معلومات تطبيق برنامج "الوتس آب" للغة العربية، كما هو الحال لدى تطبيق برنامج "الفيس بوك"، في حين لا يمكن فعل ذلك في تطبيق برنامج "الانستجرام"، الأمر الذي ينتاسب مع تلاميذ الفئة العمرية قيد الدراسة. وقد جاءت نتائج الدراسة التي أجرتها شبكة الألوكة عام (2013) لتؤكد على أن ظهور "الواتس أب" وما يحمله من مميزات فريدة لا نجدها في باقي البرامج كان له التأثير الكبير على العالم.

ولابد من الإشارة هنا إلى أن ترتيب استخدام الشبكات الثلاث "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" من قبل تلاميذ المرحلة الأساسية كان يتوافق مع الترتيب الزمني لظهور كلٍ منها.

- وبينت نتائج الدراسة فيما يتعلق بعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام"، أن استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لهذه الشبكات كان استخداماً معتدلاً؛ فقد اتضح أن نسبة الاستخدام الأعلى كانت لدى التلاميذ الذي يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من "ساعتين إلى أربع ساعات" يومياً؛ حيث بلغت النسبة (44.3%). أما نسبة الاستخدام الأدنى؛ فقد كانت لدى التلاميذ الذين يستخدمونها "أكثر من أربع ساعات" يومياً والتي بلغت (24.4%). في حين أشارت دراسة منصور (2014) إلى أن الشباب يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من "ساعة إلى ساعتين" يومياً بنسبة عامة (38.1%)، بينما بينت نتائج دراسة العنزي (2014) أن معظم أفراد العينة يستخدمون الإنترنت بشكل يومي، ويقضي معظمهم في كل جلسة "ساعة إلى أقل من ساعتين"، أما دراسة نومار (2012)؛ فقد توصلت إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين تقضي "أكثر من ثلاث ساعات" في استخدام "الفيس بوك"، بينما توصلت دراسة العزب والغامدي (2011)، إلى أن غرف الدردشة هي أحد الأساليب الفعالة للتواصل الاجتماعي، ومدة استخدامها تتراوح من "ساعة إلى أقل من ٣ ساعات" يوميا لدى الجنسين، وفترة المساء هي الوقت المفضل للاستخدام. في حين بينت نتائج الدراسة التي قام بها ميلر ورفاقه (2010) إلى أن (85%) من عينة الدراسة يزورون تلك المواقع بشكل يومي، وأن (60%) منهم يزورونه أكثر من مرة في اليوم الواحد، وأن مدّة زياراتهم للشبكة تنزع أن تكون قصيرة.

- كذلك بينت نتائج الدراسة فيما يتعلق بالخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" أن خبرة تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كانت عالية؛ فقد اتضح أن أكثر من نصف التلاميذ (64.3%) كانوا يستخدمون هذه الشبكات بخبرة "عالية"، في حين أن (7.1%) فقط من تلاميذ المرحلة الأساسية كانوا يستخدمونها بخبرة "ضعيفة".

- توصلت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمتغيري "الجنس" ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي، إلى أن نسبة استخدام الإناث لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" معاً والتي بلغت (70.6%) كانت أعلى من نسبة استخدام الذكور لهذه الشبكات معاً؛ بحيث بلغت نسبتهم (57.6%).

وهذه النتيجة جاءت متفقة مع النتيجة التي توصلت إليها الدراسة التي قامت بها الحمصي (2010)؛ بحيث توصلت إلى أن الإناث يتعلقن باستخدام الإنترنت أكثر من الذكور، ويعود ذلك إلى طبيعة التنشئة الاجتماعية للإناث في مجتمعاتنا. في حين أنها لم تتفق مع النتيجة التي توصلت إليها الإحصائيات التي تم نشرها من قبل موقع (GO-Gulf.com) عام (2013)، حول استخدام الإنترنت في الشرق الأوسط؛ بحيث أشار الموقع إلى أن (٦٥٪) من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي هم من الذكور، بينما تحتل الإناث نسبة (٣٥٪) من إجمالي عدد المستخدمين.

- في حين توصلت نتائج هذه الدراسة، إلى أن استخدام الذكور لشبكة "الفيس بوك" كان أكثر من استخدام الإناث لهذه الشبكة؛ حيث بلغ مجموع نسب الاستخدام لدى الذكور (94.5%)، أما لدى الإناث؛ فقد بلغ (92.1%). ويمكن تعليل ما سبق بأن ميزة الخصوصية التي توفرها شبكة "الفيس بوك" لمستخدميها قد تعرضت مرات عدة لمحاولات اختراقها وتهكيرها على مختلف المستويات من قبل مافيا الإنترنت، وذلك لأهداف لا أخلاقية في أغلب الأوقات، فعلى المستوى الدولي تم فرض قيود على استخدام شبكة "الفيس بوك" من قبل الجيش الإسرائيلي بعد ظهور صور لغرف عمليات وقواعد جوية وغواصات إسرائيلية على صفحات هذه الشبكة، أما على المستوى المؤسسي؛ فقد تم منع استخدام شبكة "الفيس بوك" في جامعة "نيو مكيسيكو" بسبب اختراقها لخصوصية وثائق التفويض الخاصة بالجامعة في أنشطة لا تتعلق بالجامعة.

أما على المستوى الشخصي؛ فقد تعرض العديد من مستخدمي شبكة "الفيس بوك" لمحاولات اختراق خصوصية بياناتهم الشخصية وصورهم ومعلوماتهم الخاصة مما جعلهم عرضة لتهديد وابتزاز الآخرين، وهذا ما أكده قيام طالبان من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا بتنزيل ما يزيد عن (70) ألف ملف شخصي من "الفيس بوك" باستخدام مؤتمت (shell script)، وهو عبارة عن نص برمجي يعمل تلقائياً كجزء من مشروع بحث عن موضوع الخصوصية في "الفيس بوك" والذي نشر في (14) ديسمبر من عام (2005). ولأن الفتيات أكثر تعرضاً لمثل هذه الإساءات؛ فقد كان إقبال الذكور على استخدام شبكة "الفيس بوك" أكثر من الإناث. وهذا ما يؤكد النتيجة التي توصلت إليه دراسة ميلر ورفاقه (2010)؛ فقد أشارت إلى أن الطلبة يزودون صفحاتهم بمعلومات شخصية يمكن أن تستخدم ضدهم إذا سقطت في أيدي الآخرين. في المقابل أشارت نتائج دراسة كونكس وآخربن (2001) إلى أن سلوك المخادعة والنفاق منتشر عبر الإنترنت؛ فقد أكد أكثر من (40%) من المبحوثين بأنهم أدلوا بمعلومات كاذبة وخاصة فيما يتعلق بأعمارهم وأوزانهم ومظاهرهم الخارجية وحالتهم الاجتماعية وحتى جنسهم.

بينما كان مجموع نسب استخدام الإناث لشبكة "الوتس آب" والذي بلغ (89.3%)، أكبر من مجموع نسب استخدام الذكور لها والذي بلغ (83.8%)، ويمكن تفسير ذلك أيضاً بالرجوع إلى ميزة الخصوصية وذلك لأن شبكة "الوتس آب" تتمتع بدرجة عالية من الخصوصية وخاصة على المستوى الشخصي؛ بحيث لا يمكن اختراقها أو الإطلاع على المحادثات الخاصة بين الأشخاص. كما كان استخدام الإناث لشبكة "الانستجرام" أكبر من استخدام الذكور لهذه الشبكة؛ حيث بلغ مجموع نسب استخدام الإناث هنا (76.7%)، في حين بلغ مجموع نسب استخدام الذكور لهذه الشبكة (62.5%)، وربما يرجع ذلك إلى أن طبيعة الخدمات التي تقدمها شبكة "الانستجرام" لمستخدميها تتناسب مع طبيعة ميول واهتمامات ودوافع الإناث من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ بحيث تنحصر خدمات شبكة "الانستجرام" بإمكانية تبادل الصور ومقاطع الفيديو وإبداء الإعجاب بها دون إمكانية التعليق أو فتح نوافذ للدردشة والمحادثات.

وقد جاءت هذه النتيجة لتؤكد النتيجة التي توصلت إليها الإحصائيات التي قامت بها شركة (eMarketer) للأبحاث من خلال الدراسة التي قامت بها عن "الانستجرام" ومقارنته مع موقع التدوين المصغر "تويتر"؛ فقد بينت الدراسة أن ثلثي مستخدمي شبكة "الانستجرام" في عام (2012) هم من الإناث ولكن من المتوقع أن تصل نسبة مستخدمي شبكة "الانستجرام" من الإناث إلى (55%) ونسبة مستخدمي شبكة "الانستجرام" من الذكور إلى (45%) وذلك بحلول عام (2016).

- وتوصلت النتائج فيما يتعلق بمتغيري الجنس وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إلى أن النسبة الأعلى كانت لدى التلاميذ الذين يستخدمون هذه الشبكات من "ساعتين إلى أربع ساعات" يوميا والتلاميذ الذين يستخدمونها "أقل من ساعتين" يومياً؛ حيث بلغت النسب على التوالي (44.8%) (34.1%)، بينما كانت النسبة الأعلى لدى التلميذات اللواتي يستخدمن شبكات التواصل الاجتماعي "أكثر من أربع ساعات" يومياً والتي بلغت (27.8%). وتبدو هذه النتيجة متوقعة ومتفقة مع العادات والتقاليد السائدة في مجتمعاتنا، وخاصة فيما يتعلق بالمساحة المخصصة من حرية التنقل خارج المنزل، فإننا نجدها ممنوحة للذكور أكثر من الإناث؛ بحيث تقضي الفتاة الجزء الأكبر من حياتها في المنزل دون أن تفعل شيئاً في معظم الأحيان سوى أعمال المنزل التقليدية والتي لا تملأ سوى الجزء البسيط من وقتها ويبقى لديها الكثير من وقت الفراغ، الأمر الذي يدفعها إلى استخدام شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة بهدف الاتصال والتواصل مع الآخرين، والتخلص من الشعور بالملل والفراغ الذي ينتابها.

وقد جاءت النتيجة التي توصلت إليها دراسة العزب والغامدي (2011)، لتؤكد التفسير السابق؛ بحيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن الدافع الأعلى لإستخدام غرف الدردشة من قبل أفراد العينة كان التسلية وقضاء وقت الفراغ بالنسبة للجنسين، إلا أن التسلية قد سبقت قضاء وقت الفراغ لدى الذكور؛ حيث بلغت النسب على التوالي (46.7%)، (٣٩%)، في حين سبق قضاء وقت الفراغ التسلية لدى الإناث؛ فقد بلغت النسبة على التوالي (18.2%)، (15.2%).

- وكنتيجة منطقية للنتيجة السابقة؛ توصلت النتائج كذلك فيما يتعلق بمتغيري الجنس والخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أن النسبة الأعلى كانت عند الإناث اللواتي يستخدمن شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "عالية"؛ حيث بلغت نسبتهن (75%)، في حين كانت النسب الأعلى عند الذكور الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "متوسطة"، والذكور الذين يستخدمونها بخبرة "ضعيفة"؛ فقد بلغت نسبهم على التوالي (37.2%)، (8.8%).

- أشارت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمتغيري الصف ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي، إلى أن استخدام تلاميذ الصف العاشر لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" معاً كان هو الاستخدام الأكثر؛ حيث بلغت نسبتهم (72.7%)، كما كان استخدامهم لشبكة "الفيس بوك" هو الاستخدام الأكثر؛ فقد بلغ مجموع نسب استخدامهم لهذه الشبكة (94.6%). كذلك كان استخدام تلاميذ الصف العاشر لشبكة "الوتس آب" هو الأستخدام الأكثر أيضاً؛ فقد بلغ مجموع نسب استخدامهم لها (93.3%). في حين كان استخدام تلاميذ الصف التاسع لشبكة "الانستجرام" هو الاستخدام الأكثر؛ بحيث بلغ مجموع نسب استخدامها (76%).

- وأشارت النتائج فيما يتعلق بمتغيري الصف وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إلى أن نسبة استخدام تلاميذ الصف العاشر لشبكات التواصل الاجتماعي "أكثر من أربع ساعات" يومياً هي النسبة الأعلى والتي بلغت (37.6%)، في حين كانت نسب استخدام تلاميذ الصف التاسع والصف الثامن لهذه الشبكات من "ساعتين إلى أربع ساعات" يومياً هي النسب الأعلى والتي بلغت على التوالي (49.1%) (47%)، في حين كانت نسبة استخدام تلاميذ الصف السابع لهذه الشبكات "أقل من ساعتين" يومياً هي النسبة الأعلى والتي وصلت إلى (43.6%).

- وأشارت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمتغيري الصف والخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إلى أن نسبة استخدام تلاميذ الصف العاشر لشبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "عالية" كانت هي النسبة الأعلى مقارنة بنسب استخدام تلاميذ الصفوف الآخرى؛ حيث بلغت (69.1%).

في حين كانت نسبة استخدام تلاميذ الصف الثامن لهذه الشبكات بخبرة "متوسطة" والتي بلغت (35.5%) هي النسبة الأعلى بفارق بسيط يصل إلى (0.2%) عن نسبة استخدام تلاميذ الصف التاسع لهذه الشبكات بخبرة "متوسطة" والتي وصلت إلى (35.3%)، بينما كانت نسبة استخدام تلاميذ الصف السابع لشبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "ضعيفة" والتي بلغت (10%) هي النسبة الأعلى. ويمكننا تفسير ما سبق بأن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يتطلب توافر بعض القدرات والإمكانيات والمهارات لدى المستخدم والتي تنمو لدى الأطفال مع تقدمهم بالعمر والمرحلة الدراسية، لذلك نجد أن الإقبال المتزايد على استخدام هذه الشبكات يرتبط بعلاقة طردية مع التقدم بالعمر والمرحلة الدراسية؛ فقد لاحظنا تفوق ونمو الوعي لدى تلاميذ الصف العاشر بكيفية استخدام هذه الوسائل والإفادة من كافة الخدمات التي تقدمها، الأمر الذي مكنهم من استخدامها لفترة زمنية أطول وبمهارة أعلى، في حين لاحظنا أن نمو الوعي بكيفية استخدام هذه الوسائل والإستفادة منها كان متوسطاً لدى تلاميذ الصف التاسع والصف الثامن، أما تلاميذ الصف السابع؛ فقد كان نمو الوعي لديهم منخفضاً، بمعنى آخر لم تكتمل لديهم كافة متطلبات الاستخدام بعد.

- بينت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمتغيري نوع المدرسة ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي، أن تلاميذ المدارس الحكومية كان استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" معاً هو الاستخدام الأكثر؛ حيث بلغت نسبتهم في المدارس الحكومية (64.6%) في حين بلغت نسبتهم في المدارس الخاصة (63%). كما كان استخدام تلاميذ المدارس الحكومية لشبكة "الفيس بوك" أكثر من استخدام تلاميذ المدارس الخاصة لهذه الشبكة؛ حيث بلغ مجموع نسب استخدام كلٍ منهما على التوالي (94%)، (92.3%). بينما كان استخدام تلاميذ المدارس الخاصة لشبكة "الوتس آب" وشبكة "الانستجرام" هو الاستخدام الأكثر؛ حيث بلغ مجموع نسب استخدامهم لشبكة "الوتس آب" (89%) ولشبكة "الانستجرام" (69.5%)، في حين بلغ مجموع نسب استخدام تلاميذ المدارس الحكومية لشبكة "الوتس آب" (85%) ولشبكة "الانستجرام" (69.4%).

ويمكننا تفسير هذه النتيجة على النحو الآتي: أن استخدام شبكة "الوتس آب" يكون محصوراً لدى الأشخاص الذين يمتلكون الهواتف الذكية، على العكس من شبكة "الفيس بوك" التي يكون استخدامها متاحاً على كافة أجهزة الكمبيوتر الثابتة والمتنقلة، وبما أن امتلاك الهواتف الذكية يكون محصوراً في أغلب الأحيان لدى الطبقات الغنية أو المتوسطة بسبب أسعارها المرتفعة، ومن المعروف أن تلاميذ المدارس الحكومية أقل مستوى من تلاميذ المدارس الخاصة من الناحية الاقتصادية، فإنه من الطبيعي أن يكون امتلاك تلاميذ المدارس الخاصة لهذه الهواتف أكثر من امتلاك تلاميذ المدارس الحكومية لها، ومن هنا يمكننا تفسير سبب ارتفاع مجموع نسب استخدام تلاميذ المدارس الحكومية لشبكة "الفيس بوك"، وارتفاع مجموع نسب استخدام تلاميذ المدارس الخاصة لشبكة "الوتس آب".

ومن ناحية ثانية يمكن تفسير سبب استخدام تلاميذ المدارس الخاصة لشبكة "الانستجرام" بشكلٍ أكثر من استخدام تلاميذ المدارس الحكومية لهذه الشبكة، من خلال ربط ذلك بمستوى التلاميذ باللغة الإنجليزية؛ وذلك لأن تطبيق برنامج "الانستجرام" لا يحتوي على اللغة العربية، وبالتالي لابد من معرفة المصطلحات باللغة الإنجليزية ليتمكن التلميذ من استخدامه والإفادة من خدماته، ولأنه من المعروف أن تلاميذ المدارس الخاصة مستوياتهم باللغة الإنجليزية أعلى من مستويات تلاميذ المدارس الحكومية، كان مجموع نسب استخدام تلاميذ المدارس الخاصة لهذه الشبكة أعلى من مجموع نسب استخدام تلاميذ المدارس الحكومية. في حين أظهرت دراسة الغميض (2003) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الإنترنت كمصدر للتعلم تعزى لمتغير لغة الدراسة، ولصالح الطلبة الذين يدرسون باللغة الإنجليزية. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير درجة فاعلية الإنترنت تُعزى لمتغير لغة الدراسة ولصالح من يدرسون باللغة الإنجليزية والعربية معاً بالإضافة إلى اللغة الإنجليزية.

- وبينت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمتغيري نوع المدرسة وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أن نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من "ساعتين إلى أربع ساعات" يومياً لدى تلاميذ المدارس الحكومية والتي بلغت (44.5%) أعلى من نسبة استخدامها لدى تلاميذ المدارس الخاصة والتي بلغت (43.9%)، بينما كانت نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "أقل من ساعتين" يومياً لدى تلاميذ المدارس الخاصة أعلى من نسبة استخدامها لدى تلاميذ المدارس الحكومية؛ حيث بلغت النسب على التوالي (31.7%) (31.2%)، في حين بلغت نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "أكثر من أربع ساعات" يومياً سواءاً لدى تلاميذ المدارس الحكومية أو تلاميذ المدارس الخاصة (24.4%) وهي النسبة الأدنى.

ربما يرجع سبب النتيجة السابقة إلى الأساليب التدريسية المتبعة في المدارس الحكومية والمدارس الخاصة؛ فمن المعروف أن أساليب التدريس المتبعة في المدارس الحكومية تعتمد بشكلٍ كبير على أسلوب التلقين الذي يجعل التلاميذ يشعرون بالملل والضجر خلال فترة الدوام الرسمي مما يدفعهم إلى البحث عن وسائل بديله أكثر متعة، سواءاً في الحصول على المعلومة الدراسية التي يريدونها، أو للتسلية والترفيه من خلال الالعاب الإلكترونية أو المحادثة مع الأصدقاء والمعارف. في حين تعتمد أساليب التدريس المتبعة في المدارس الخاصة بشكلٍ كبير على جعل التلاميذ عنصراً فعلاً في العملية التعليمية، وذلك من خلال توفر الوسائل التقنية المتطورة في المدارس الخاصة التي تضفي على العملية التعليمية عنصر التفاعل والمشاركة؛ بحيث تفسح المجال أمام التلاميذ بالمشاركة في هذه العملية من خلال إعطاء الحصص الصفية، وعمل الأبحاث العلمية، وكذلك المشاركة في الأنشطة المجتمعية ... الأمر الذي يزيل كافة أسباب الشعور بالملل والضجر لدى تلاميذ المدارس الخاصة.

وهذا ما أكدته نتائج دراسة أبو شعبان (2013) التي توصلت إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) بين متوسط درجات تحصيل طلاب المجموعات الثلاث (الضابطة تعلمت بالطريقة التقليدية، التجريبية الأولى تعلمت باستخدام المدونة الإلكترونية على موقع "بلوجر"، التجريبية الثانية تعلمت باستخدام الصفحة التعليمية على موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك") تعزى لطريقة التدريس المستخدمة لصالح المجموعتين التجريبيتين. كما توصلت إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) بين متوسط درجات اتجاه طلاب المجموعات الثلاث (الضابطة تعلمت بالطريقة التقليدية، التجريبية الأولى تعلمت باستخدام المدونة الإلكترونية على موقع "بلوجر"، التجريبية الثانية وتعلمت باستخدام الصفحة التعليمية على موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك") نحو مبحث التكنولوجيا تعزى لطريقة التدريس لصالح المجموعتين التجريبيتين.

أما دراسة سكوت وكن وأدوين (1999)؛ فقد خلصت إلى نتائج عدة هي: عدم وجود فروق دالة إحصائيا في التحصيل الأكاديمي بين الطلبة الذين طبقت عليهم طرق التعلم التقليدية، وأولئك الذين تلقوا العملية التعليمية باستخدام الإنترنت. بينما كانت الفروق واضحة بين المجموعتين فيما يخص اتجاهات الطلبة نحو المادة الدراسية وخبرات التعلم الناتجة عن هذا الإستخدام. هذه الفروق كانت لصالح الطلبة الذين اعتمدوا على الإنترنت في عملية التعلم؛ حيث أظهر هؤلاء الطلبة سلوكيات تعلم أفضل، وأصبحوا أكثر قدرة على البحث عن المعلومة وعلى تنظيم المعلومات، وحل المشكلات الدراسية، بالإضافة إلى تمتعهم برضى أكبر تجاه المادة الدراسية.

كما أنهم أصبحوا أكثر اعتماداً على أنفسهم في حل واجباتهم الدراسية، وذلك على الرغم من الصعوبات التي واجهوها في البداية بسبب عدم التواجد المباشر للمدرس معهم. وقد منحهم ذلك خبرات تعلم غنية وسمح بظهور إبداعات مدفونة لديهم أوصلت الكثيرين منهم إلى التغلغل في المجال الإلكتروني فباتوا ينشئون مواقع إلكترونية خاصة بهم وبجامعتهم. بينما لم يكتسب الطلبة الذين طبق عليهم طرق التعليم التقليدية أي شيء مما سبق ذكره.

- وأخيراً بينت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمتغيري نوع المدرسة والخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، أن نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "عالية" لدى تلاميذ المدارس الحكومية والتي بلغت (64.3%) أعلى بفارقاً بسيط يبلغ (0.1%) عن نسبة استخدامها لدى تلاميذ المدارس الخاصة والتي بلغت (64.2%). بينما كانت نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "متوسطة" لدى تلاميذ المدارس الخاصة والتي بلغت (28.9%)، أعلى من نسبة استخدامها لدى تلاميذ المدارس الحكومية؛ حيث وصلت نسبتهم إلى (28.4%).

في حين كانت نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "ضعيفة" لدى تلاميذ المدارس الحكومية أعلى من نسبة استخدامها لدى تلاميذ المدارس الخاصة؛ بحيث وصلت النسب على التوالي (7.3%)، (6.9%). أي أن استخدام تلاميذ المدارس الحكومية لشبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "عالية" وبخبرة "ضعيفة" هو الاستخدام الأكثر، في حين كان الاستخدام الأعلى لهذه الشبكات بخبرة "متوسطة" لدى تلاميذ المدارس الخاصة. وربما يرجع سبب ذلك إلى التفاوت الواضح بين تلاميذ المدارس الحكومية فيما يتعلق بمعدلاتهم الدراسية؛ بحيث نجد في الصف الواحد في المدارس الحكومية معدلات تتراوح بين التسعينات والخمسينات، بينما لا نجد هذا التفاوت بين تلاميذ المدارس الخاصة بل يلاحظ بشكلٍ واضح التقارب في المعدلات والمستويات الدراسية. الأمر الذي ينعكس بصورة مباشرة أو غير مباشرة على خبرتهم في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- توصلت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمتغيري منطقة السكن ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي، إلى أن نسبة استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك والوتس آب والانستجرام" معاً والتي بلغت (68.6%) أعلى من نسبة استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان لهذه الشبكات والتي بلغت (60.6%)، كما توصلت النتائج إلى أن مجموع نسب استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان لكلٍ من شبكة "الفيس بوك" وشبكة "الوتس آب" وشبكة "الانستجرام" بشكلٍ مستقل والتي بلغت على التوالي (94%)، (90.3%)، (72.3%) أعلى من مجموع نسب استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان لها والتي بلغت على التوالي (92.8%)، (83.7%) (67.3%).

ويمكننا تفسير هذه النتيجة بالتأكيد مرة أخرى على الدور الذي يلعبه الوضع الاقتصادي للتلميذ في مدى إمكانية استخدامه لهذه الشبكات، وذلك لأن الأدوات والوسائل اللازمة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر من الكماليات في المجتمع الأردني، وبالتالي فإننا نجدها لدى الطبقات الغنية والمتوسطة كما ذكرنا سابقاً، ولأنه من المعروف أن سكان مناطق غرب عمان في معظم الأحيان يكونون من هاتين الطبقتين، وبالتالي فإن إمكانية توافر هذه الأدوات والوسائل لدى الأسر في مناطق غرب عمان أكثر من إمكانية توافرها من قبل الأسر في مناطق شرق عمان والتي تصنف غالباً بأنها من الطبقات الفقيرة، وهذا ما يفسر لنا سبب ارتفاع مجموع نسب استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان لشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة أكثر من مجموع نسب استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان لهذه الشبكات.

- بالإضافة إلى ذلك؛ فقد توصلت النتائج فيما يتعلق بمتغيري منطقة السكن وعدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إلى أن نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من "ساعتين إلى أربع ساعات" يومياً لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان والتي بلغت (49.4%) أعلى من نسبة استخدامها لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان؛ حيث بلغت (40.5%). في حين كانت نسب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "أقل من ساعتين" يومياً و"أكثر من أربع ساعات" يومياً لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان والتي بلغت على التوالي (32.4%)، (27.1%)، أعلى من نسب استخدامها لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان والتي بلغت على التوالي (29.9%)، (20.7%).

وربما يرجع هذا التفاوت في نسب استخدام التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان إلى الوضع الاقتصادي والاجتماعي الذي يعيش فيه التلميذ؛ فمن ناحية يرجع تدني عدد ساعات استخدام بعضهم لهذه الشبكات بسبب محدودية الأدوات والوسائل اللازمة لاستخدامها؛ أي أن الأسر في مناطق شرق عمان - كما ذكرنا سابقاً - تكون في معظم الأحيان من الطبقات الفقيرة التي لا تستطيع توفير جهاز حاسوب خاص لكل طفل من أطفالها، على العكس من الأسر في مناطق غرب عمان والتي تم تصنيفها ضمن الطبقات الغنية والمتوسطة، كما وأنه من المعروف أن الأسر في مناطق شرق عمان تكون في الأغلب أسراً كبيرة الحجم تميل إلى إنجاب عدد كبير من الأطفال، على العكس من الأسر في مناطق غرب عمان التي لا يتجاوز عدد أطفالها الأربعة أطفال. ومن ناحية آخرى قد يرجع السبب في ارتفاع عدد ساعات استخدام هذه الشبكات لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان إلى محدودية وسائل الترفيه المتاحة للأطفال والذي يرجع أيضاً إلى المستوى الاقتصادي لأسر هؤلاء الأطفال.

وانطلاقاً من العلاقة الوثيقة بين الوضع الاقتصادي والحياة الاجتماعية الأسرية يمكننا طرح وجهة نظر أخرى تفسر النتائج السابقة بطريقة مختلفة، فمن المعروف أن انشغال الوالدين عن رعاية أطفالهم والاهتمام بهم قد يكون سبباً هاماً في لجوء الأطفال لوسائل بديلة، تساعدهم على تحقيق دوافعهم المستقبلية وإشباع حاجاتهم المختلفة؛ بحيث أصبح عمل المرأة من المتطلبات الأساسية في الحياة المعاصرة، وقد تمثل ذلك لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان في استخدامهم لجميع شبكات التواصل الاجتماعي، في حين ظهر ذلك لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان في استخدامهم للشبكات المتوفرة لديهم لفترة زمنية طويلة.

- كما توصلت النتائج فيما يتعلق بمتغيري منطقة السكن والخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، إلى أن نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "عالية" لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان والتي بلغت (68.3%) أعلى من نسبة استخدامها لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان؛ بحيث بلغت (61.4%). بينما اتضح أن نسب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بخبرة "متوسطة" وبخبرة "ضعيفة" لدى التلاميذ الذي يسكنون مناطق شرق عمان والتي بلغت على التوالي (30.6%)، (8%) أعلى من نسب استخدامها لدى التلاميذ الذي يسكنون مناطق غرب عمان؛ بحيث بلغت النسب على التوالي (25.8%)، (5.9%). وتعتبر هذه النتيجة متوقعة بناءً على ما سبقها من نتائج؛ بحيث أن توافر الإمكانيات والقدرات لاستخدام هذه الشبكات لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق غرب عمان، أكثر من توافرها لدى التلاميذ الذين يسكنون مناطق شرق عمان، الأمر الذي أتاح لهم إمكانية استخدامها بخبرة عالية.

2-6 مناقشة النتائج المتعلقة بدوافع استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي

أشارت نتائج الدراسة فيما يتعلق بدوافع استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي إلى ما يلي:

- أن المتوسط العام لمحور دوافع استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي قد احتل الدرجة "المرتفعة"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.38) بانحراف معياري (.29).
- أن استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي قد حقق لهم معظم دوافعهم بدرجة "مرتفعة"، إلا أن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي بدافع "تبادل الرسائل الإلكترونية مع الأهل والأصدقاء" كان هو الدافع الأعلى من الدرجة "المرتفعة"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا الدافع (2.87) بانحراف معياري (.38)، في حين كان استخدامهم لهذه الشبكات بدافع "التعرف على ثقافات الشعوب المختلفة" هو الدافع الأدنى من الدرجة "المرتفعة"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.44) بانحراف معياري (.69).

وقد جاءت هذه النتيجة متوافقه مع التطورات التي مرت بها شبكات التواصل الاجتماعي؛ فقد ذكرنا سابقاً – نقلاً عن (Raphael,2007) – أن الهدف الأساسي من ظهور أولى هذه الشبكات والتي تمثلت بموقع (classmates.com) هو الاتصال والتواصل مع الأصدقاء والمعارف، إلا أن تطور هذه الشبكات ودخولها في المرحلة الثانية من الويب (2.0) وخاصة بعد ظهور شبكة "الفيس بوك"؛ أتاح لمستخدميها إمكانية التعرف على ثقافات جديدة لم يكن متاح التعرف عليها من قبل.

ولمزيد من التأكيد؛ فقد توصلت الكثير من الدراسات إلى هذه النتيجة مثل دراسة المنصور (2004)؛ بحيث توصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن (84.3%) من المبحوثين يستخدمون خدمة البريد الإلكتروني في المرتبة الأولى، في حين توصلت دراسة شيلدون (2008) إلى أن الحفاظ على العلاقات وتمرير الوقت تعتبر من الدوافع لاستخدام شبكة "الفيس بوك"، كما توصلت دراسة غرينفيلد وسوبراهمانيام (2008) إلى أن الأقران يستخدمون مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في معظم الأحيان للحفاظ على الاتصال مع آقرانهم الحالياً، ومع أن الفتيات عادة ما يستخدمن الشبكات الاجتماعية على الانترنت للحفاظ على الصداقات الموجودة سابقاً؛ إلا أنهن الأكثر عرضة لاستخدام الاتصالات عبر الإنترنت لتكوين صداقات جديدة أو التعرف على الجنس الآخر. وقد أشارت دراسة ميلر ورفاقه (2010) إلى أن الغاية الأهم لدى الطلاب من مستخدمي موقعي "الفيس بوك" و"ماي سبيس" في إحدى الجامعات الخاصة في الغرب الأوسط الأمريكي هي الحفاظ على العلاقات القائمة مع الأصدقاء، وتوسيع علاقاتهم الاجتماعية. كما أظهرت نتائج دراسة شن وخليفة (2010) نزوع الأفراد لإستخدام شبكة "الفيس بوك" من أجل تعزيز العلاقات القائمة بالفعل كالعلاقات مع الأصدقاء والأقارب.

أما الدراسة التي قدمها كوجاث (2011)؛ فقد أشارت نتائجها إلى ميل الأفراد إلى استخدام شبكتي "الفيس بوك وماي سبيس" من أجل البقاء على اتصال مع أناس يعرفونهم مسبقاً، وأيضاً من أجل التعرف إلى أشخاص جدد لم يلتقوا بهم أبداً، إلا أن الغاية المتمثلة في استخدام الشبكات للحفاظ على الاتصال مع الأشخاص المعروفين مسبقاً تفوق استخدامها من أجل التعرف على أشخاص جدد. بالإضافة إلى أن دراسة نومار (2012) أشارت إلى أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع "الفيس بوك" بغية التواصل مع الأهل والأصدقاء إلى جانب التثقيف، كما وأشارت نتائج دراسة الشهري (2012) كذلك إلى أن الطالبات استفدن من موقعي "الفيس بوك وتويتر" في تعزيز صداقاتهن القديمة والبحث عن صداقات جديدة، والتواصل مع أقاربهن البعيدين مكانياً.

بينما أكدت نتائج دراسة ساري (2013) أن الشباب من كلا الجنسين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصرف النظر عن أعمارهم ومستوياتهم التعليمية والقطاعات الاجتماعية التي ينتمون إليها من أجل تحقيق أهداف عديدة أهمها بناء علاقات اجتماعية والترفيه عن النفس. في حين بينت نتائج دراسة العنزي (2014) أن أعلى المبررات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كان يعود للتواصل مع الأصدقاء والحصول على المعلومات المختلفة. في حين أشارت دراسة كلٍ من الشامي (2004) وبويد (2008) إلى دوافع آخرى لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ بحيث أشارت نتائج دراسة الشامي (2004) إلى أن دوافع استخدام الشباب الجامعي لهذه الشبكات تتمثل بالحصول على المعلومات، ثم قراءة الصحف والمجلات، أما دراسة بويد (2008)؛ فقد أظهرت أن شبكات التواصل الاجتماعي الجماهيرية أصبحت منافذ مفضلة للمراهقين الأمريكيين يمارسون فيها أنشطتهم اليومية كالمزاح والنميمة وتبادل المعلومات.

- وتوصلت النتائج فيما يتعلق بدوافع الاستخدام إلى أن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي قد حققت لهم الدوافع الآتية: (التقليل من الفراغ العاطفي الذي أشعر به، التقليل من الفراغ الاجتماعي الذي أعاني منه، مواكبة الأخبار والأحداث السياسية الجارية، التخفيف من حالات العزلة والإكتئاب التي كنت أشعر بها، الدخول إلى مجموعات ومنتديات الحوار للدردشة) بدرجة "متوسطه" من الأدنى إلى الأعلى وفقاً لمتوسطاتهم الحسابية، إلا أن استخدام التلاميذ لهذه الشبكات بدافع "الدخول إلى مجموعات ومنتديات الحوار للدردشة" كان هو الدافع الأعلى من الدرجة "المتوسطة"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا الدافع (2.33) بانحراف معياري (.78)، في حين كان استخدامهم لها بدافع "التقليل من الفراغ العاطفي الذي أشعر به" هو الدافع الأدنى من الدرجة "المتوسطه"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (1.70) بانحراف معياري (.81). فقد جاءت هذه النتيجة لتؤكد ما توصلت إليه دراسة العزب والغامدي (2011)؛ بحيث أشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن غرف الدردشة هي أحد الأساليب الفعالة للتواصل الاجتماعي.

- وأخيراً توصلت النتائج فيما يتعلق بدوافع الاستخدام أن "إقامة علاقة عاطفية" هو الدافع الوحيد الذي تحقق بدرجة "منخفضه" من خلال استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي؛ فقد بلغ المتوسط الحسابي لهذا الدافع (1.63) بانحراف معياري (.80). وقد جاءت دراسة كونكس وآخرين (2001) لتؤكد النتيجة السابقة؛ فقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن إقامة علاقة صداقة كانت الهدف الأول لإستعمال الإنترنت، وليس إقامة علاقة عاطفية أو جنسية. وأشار حوالي (60%) من المبحوثين أن علاقات الصداقة عبر الإنترنت كانت ناجحة جداً.

بينما جاءت نتائج دراسة كلٍ من ساري (2008) وغرينفيلد وسوبراهمانيام (2008) مخالفة لما سبق؛ فقد تبين من خلال دراسة ساري (2008) أن الاتصال عبر الإنترنت يمنح القدرة على تكوين علاقات عاطفية قوية جعلت ما نسبته (28.8%) من أفراد العينة لا يمانعون فكرة الزواج عبر الإنترنت، في حين توصلت دراسة غرينفيلد وسوبراهمانيام (2008) إلى أن استخدام المراهقين للشبكات الاجتماعية على الإنترنت كان بهدف تعزيز علاقات عاطفية وذلك من خلال إتباع نفس الطريقة التي تم استخدامها للحفاظ على الصداقات السابقة.

وربما يرجع السبب في تدني مستوى الدافع المتمثل بإقامة علاقات عاطفية من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، واحتلاله الدرجة "المنخفضه" إلى طبيعة الفئة العمرية المدروسة وخصائصها، فعلى الرغم من أن أهم المظاهر الإنفعالية في هذه المرحلة هو الشعور بالحب والرغبة في إقامة العلاقات العاطفية؛ إلا أن قدرة الأطفال في هذه المرحلة، وجرأتهم على الإفصاح عن هذه الرغبة لم تنضج بالقدر الكافي، بالإضافة إلى سيطرة العادات والتقاليد والقيم والثقافة العربية الإسلامية على الحياة العامة والخاصة في مجتمعاتنا.

3-6 مناقشة النتائج المتعلقة بإشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ

توصلت نتائج الدراسة فيما يتعلق بإشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية إلى النتائج الآتية:

- أن المتوسط العام لمحور إشباع الحاجات قد احتل الدرجة "المرتفعه"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.26) بانحراف معياري (.31).
- أنه تم إشباع جميع الحاجات "النفسية والاجتماعية والمعرفية" لدى تلاميذ المرحلة الأساسية من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" بدرجة "مرتفعة". إلا أن الحاجة إلى "الحب والحنان" كانت هي الحاجة الأكثر إشباعاً من خلال استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي للفقرة الدالة على هذه الحاجة والتي تمثلت بـ "تقبل الآخرين ومحتبهم لي" (2.78) بانحراف معياري (.50)، في حين كانت الحاجة إلى "الأمان العاطفي" هي الحاجة الأقل إشباعاً من خلال استخدام التلاميذ لهذه الشبكات؛ فقد بلغ المتوسط الحسابي للفقرة الدالة على هذه الحاجة والتي تمثلت بـ "تجنبني المخاطر والخوف من الأشياء غير المألوفة" (2.35) بانحراف معياري (.77).

في حين توصلت دراسة نومار (2012) إلى النتائج الآتية: أن شبكة "الفيس بوك" تلبي للمبحوثين العديد من الحاجات تتقدمها حاجة التواصل والتفاعل مع الآخرين بنسبة تصل إلى (38.91%) يليها التنفيس والتعبير بكل حرية وإشباع الفضول والحصول على معلومات بنفس النسبة (26.35%)، ثم الهروب من الواقع بنسبة تصل إلى (8.37%). بينما أشارت نتائج دراسة منصور (2014) إلى أن هناك خمس حاجات/ إشباعات يحققها الشباب الجامعي الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهذه الحاجات مرتبة حسب أولويات استخدامها وهي: 1. حاجات معرفية/ معلومات. 2. حاجات وجدانية/ سيكولوجية. 3. حاجات شخصية/ براغماتية. 4. حاجات اجتماعية / تواصل. 5. حاجات الهروب من الواقع / ملء الفراغ.

إلا أن النتيجة التي توصلت إليها هذه الدراسة جاءت متفقة في جزئيتها الماثلة؛ بأن الحاجة إلى الحب والحنان من أكثر الحاجات لدى تلاميذ المرحلة الأساسية إشباعاً من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، مع المسلمات الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات فيما يتعلق بالحاجات المرتبطة بوسائل الإعلام والتي أشار إليها نجم (2011)؛ فقد أثبتت هذه النظرية أن وسائل الإعلام تلبي الحاجات الوجدانية – الحاجات المتعلقة بالنواحي العاطفية والمشاعر-من خلال عبارات الحب والأشعار، والتي أصبحت بمتناول الجميع. ولأن الحاجة إلى الحب والحنان كما ذكر قناوي (1983) تتألف من عنصرين أساسيين يصعب الفصل بينهما في كثير من الأحيان وهما: الرغبة في الود من الآخرين، والرغبة في الحصول على المساعدة والمعونة والحماية والتأييد من شخص آخر أو جماعة أخرى، فإن إشباع هذه الحاجة وتلبيتها يكون متاحاً بشكلٍ أكبر من خلال شبكات التواصل الاجتماعي عند مقارنتها بغيرها من الحاجات "النفسية والاجتماعية والمعرفية" التي يسعى تلاميذ المرحلة الأساسية لإشباعها.

وتبدو هذه النتيجة منطقية في جزئيتها الماثلة؛ بإن إشباع حاجة تلاميذ المرحلة الأساسية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي للأمن العاطفي هو الإشباع الأقل مقارنة بغيرها من الحاجات، وذلك لأن تجنب الأطفال المخاطر والخوف من الأشياء غير المألوفة يجب أن يبدأ بفترات مبكرة من حياة الأطفال؛ فالخوف كما ذكر زهران (1990) يعتبر من العوامل التي تؤثر في نمو الطفل وتسبب إضطرابات في شخصيته المستقبلية. وبالتالي فإن دور الأبوين هو الدور الرئيسي في إشباع وتلبية هذه الحاجة. ومن ناحية أخرى يبدو أن إشباع هذه الحاجة يتطلب الاتصال والتواصل المباشر، وذلك لأن الشعور بالأمن يحتاج إلى التقارب المكاني بالدرجة الأولى.

3-6 مناقشة النتائج المتعلقة بنتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي

بينت الدراسة فيما يتعلق بنتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي النتائج الآتية:

- أن المتوسط العام لمحور نتائج الاستخدام قد احتل الدرجة "المتوسطه"؛ حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.20) بانحراف معياري (.32).

- أن العدد الأكبر من النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي احتلت الدرجة "المرتفعه"؛ إلا أن النتيجة الأعلى من بين النتائج التي احتلت الدرجة "المرتفعه" كانت تتمثل بـ "زيادة تواصلي وتفاعلي مع الآخرين"؛ فقد بلغ المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (2.79) بانحراف معياري (.49). في حين كانت النتيجة الأدنى من بين النتائج التي احتلت الدرجة "المرتفعه" تتمثل بـ "قضاء وقت طويل في التحدث مع أصدقائي ومعارفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي أقضيه معهم وجها لوجهه"؛ وذلك بمتوسط حسابي (2.38) وانحراف معياري (.75).

- أن النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي احتلت الدرجة "المتوسطه" فيما يتعلق بالنتائج التالية: (التقليل من زيارتي لأقاربي ومشاركتي في المناسبات العائلية (حفلات الأعراس، النجاح...الخ)، المساعدة في التعرف على الجنس الآخر، التعبير عن آرائي الشخصية التي لا أستطيع أن أفصح عنها أمام أهلي، إيجاد حلول لبعض المشكلات الاجتماعية التي أوجهها) من الأدنى إلى الأعلى وفقاً لمتوسطاتهم الحسابية؛ إلا أن النتيجة الأعلى من بين النتائج التي احتلت الدرجة "المتوسطه" كانت تتمثل بـ "إيجاد حلول لبعض المشكلات الاجتماعية التي أوجهها"؛ وذلك بمتوسط حسابي (2.33) وانحراف معياري (.77). في حين تمثلت النتيجة الأدنى هنا بـ "التقليل من زيارتي لأقاربي ومشاركتي في المناسبات العائلية (حفلات الأعراس، النجاح...الخ)"؛ وذلك بمتوسط حسابي (1.76) وانحراف معياري (.84).

- أن النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي احتلت الدرجة "المنخفضه" فيما يتعلق بالنتائج التالية: (التباعد بيني وبين أفراد اسرتي الذين أعيش معهم، ابتزاز الآخرين لي من خلال استغلالهم لصوري الشخصية ومعلوماتي الخاصة، تدني تحصيلي المدرسي، زيادة شعوري بالوحدة والعزلة عن محيطي الاجتماعي، ابتعادي عن الثقافة العربية التي أنتمي إليها) من الأدنى إلى الأعلى وفقاً لمتوسطاتهم الحسابية؛ إلا أن النتيجة الأعلى من النتائج التي احتلت الدرجة "المنخفضه" تمثلت بـ "ابتعادي عن الثقافة العربية التي أنتمي إليها"؛ وذلك بمتوسط حسابي (1.62) وانحراف معياري (.79).

في حين تمثلت النتيجة الأدنى من بين النتائج التي احتلت الدرجة "المنخفضه" بـ "التباعد بيني وبين أفراد اسرتي الذين أعيش معهم" وذلك بمتوسط حسابي (1.52) وانحراف معياري (.75)، وقد جاءت هذه النتيجة لتؤكد ما توصلت إليه دراسة شن وخليفة (2010)؛ حيث أظهرت النتائج بعض التخوفات من تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على الثقافة العربية الإسلامية للمجتمع. أما النتائج التي توصلت إليها الدراسة التي أجرتها شبكة الألوكة عام (2013) فكانت أكثر تفصيلاً؛ فقد ركزت هذه الدراسة على التأثيرات من الناحية الدينية ومن ناحية الثقافة والقيم. فمن الناحية الدينيه: يشغ "الواتس أب" الشخص عن أداء فرائضه الدينيه، وتبادل مقاطع الصوت والفيديو غير اللائقة والغيبة والنميمة، ونشر الإشاعات والأخبار دون التأكد من صحتها. ومن ناحية الثقافة والقيم: تؤدي إلى التقليل من العلاقات داخل نطاق الأسرة، وتدني المستوى الدراسي، وعدم استثمار أوقات الفراغ، وعدم احترام المكان والزمان عند الاستخدام للبرنامج، ويهدر الكثير من المبالغ، والتخلي عن بعض القيم كالصدق والأمانة.

أما فيما يتعلق بالعلاقات بين التلاميذ وأسرهم والتلاميذ وأقرابهم؛ فقد جاءت نتائج هذه الدراسة متقاربة مع ما توصلت إليه نتائج الدراسات التي أجرها ساري عام (2013) وعام (2008)؛ فقد أشارت نتائج دراسته عام (2013) فيما يتعلق بالعلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة مستخدميه بأسرهم، إلى نتائج مهمة ولافتة للنظر في مدى قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على إحداث تغيرات في العلاقات الأسرية والقرابية، وبخاصة في مجال الزواج والضبط الأسري والقرابي، والخروج عن العادات والتقاليد. فلم يعد الشباب يتقيدون بالزواج التقليدي بعد أن أتاحت لهم مواقع التواصل الاجتماعي فرصاً جديدة للتعارف والزواج من خارج المجتمع الأردني. في حين توصلت نتائج دراسته عام (2008) إلى أن الاتصال عبر الإنترنت ترك تأثيراً في اتصال أفراد العينة الشخصي المباشر مع أسرهم بنسبة (44,4%)، وتأثيراً في اتصالهم بأصدقائهم ومعارفهم بنسبة تصل إلى (43%)، وتوصلت هذه الدراسة أيضاً إلى وجود تأثير للإنترنت في نسق التفاعل الاجتماعي بين أفراد العينة وبين أقاربهم تمثل في تراجع عدد زياراتهم لأقاربهم بنسبة (44,7%) وتراجع في نشاطاتهم الاجتماعية بنسبة (43,9%)، وهذه النتيجة تؤكد ما توصلت إليه نتائج الدراسة الحالية.

ويتضح مما سبق أن نتائج الاستخدام التي احتلت الدرجة "المرتفعه" والدرجة "المتوسطه" كانت نتائج ايجابية في معظم الأحيان، في حين كانت نتائج الاستخدام التي احتلت الدرجة "المنخفضه" تعتبر نتائج سلبية. وقد جاءت نتائج الدراسات السابقة لتأكد هذا الإستنتاج؛ فقد أظهرت نتائج دراسة الشامي (2004) أن إتجاهات الشباب الجامعي نحو منافع استخدام الإنترنت اتسمت بالإيجابية وبخاصة ما يتعلق بكونها من أهم الوسائل المساعدة في إنجاز الإبحاث العلمية، ووسيلة للتواصل مع العالم الخارجي، ووسيلة ثقافية لإجراء حوارات عالمية، ووسيلة لمعرفة أهم ما يحدث في العالم. في حين توصلت نتائج دراسة نمر (2008) إلى أن استخدام الإنترنت له آثار إيجابية: منها تعليمية تتمثل في إطلاع الآباء على نتائج أبنائهم ومتابعتهم، وإثراء الحصيلة المعرفية للطلبة، وآثار اجتماعية تتمثل في التعرف إلى الثقافات المختلفة وتنمية الثقافة الاجتماعية. أما الدراسة التي أجرتها الشهري (2012)؛ فقد توصلت إلى أن لاستخدام شبكتي "الفيس بوك وتويتر" العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي، فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية. بينما أسفرت نتائج دراسة نومار (2012) إلى أن استخدام موقع "الفيس بوك" يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم وأصدقائهم كما يؤدي إلى الإنسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل الاجتماعي.

في حين بينت نتائج دراسة أبو صعيليك (2012) أنّ أهمّ آثارها الإيجابية تعميق العلاقات الاجتماعية القائمة مع الأصدقاء والمعارف ممن لديهم حسابات على تلك الشبكات، وتعزيز معلومات ومعارف الطلبة العامة، وإزالة الحواجز النفسية والاجتماعية بين الجنسين، وأنّ أهمّ آثارها السّلبية الإدمان على تلك الشبكات والتأخر الدراسي والأكاديمي وتعزيز التعصب العشائري أو الإقليمي أو العرقي. بينما أظهر نتائج دراسة الزبون وأبو صعيليك (2014) أن أبرز الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة من وجهة نظرهم توسيع العلاقات الاجتماعية من خلال متابعة أخبار الآخرين على الشبكة ومجاملتهم، وتعزيز وتوثيق الصداقات القائمة، وزيادة عدد الأصدقاء الذين يشتركون في نفس الاهتمامات. أما أبرز الآثار الاجتماعية والثقافية السلبية فكانت إهدار الوقت من خلال متابعة موضوعات وألعاب غير مفيدة لساعات طويلة على شبكات التواصل، والتعرف على أفراد من الجنس الآخر يرفض الكبار إقامة علاقة معهم، والإدمان على شبكات التواصل الاجتماعي والشعور بالرغبة الملحة لمتابعتها لأوقات طويلة.

وأخيراً بينت نتائج العنزي (2014) أن أبرز الإيجابيات لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كان يعود إلى أنها جذابة مقارنة بالشبكات الإعلامية الأخرى، كما أنها وسيلة للتواصل الاجتماعي وتفاعل الشباب، فيما كان أعلى السلبيات لها أنها تقدم أفكار سلبية لاتتفق مع الثقافة، وليست دائماً ذات مصداقية.

5-6 مناقشة النتائج المتعلقة بالفروق ذات الدلالة الإحصائية لدوافع الاستخدام

توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية؛ فيما يتعلق بالفروق ذات الدلالة الإحصائية لدوافع استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيرات الدراسة:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس ولصالح الذكور؛ أي أن التلاميذ الذكور يحققون دوافعهم من خلال استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي أكثر من الإناث. وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة الغميض (2003)؛ بحيث توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الإنترنت للغايات العامة تُعزى لمتغير الجنس ولصالح الذكور. في حين أظهرت نتائج دراسة كونكس وآخرين (2001) أن هناك فروقاً إحصائية بين الجنسين في استخدام الإنترنت فيما يتعلق بالأهداف من الإستخدام وبأسباب الاستخدام بين الذكور والإناث.

أما الدراسة التي أجرها بيلامي وهانوفيتز (2001)؛ فقد توصلت إلى أن توجه الشباب نحو الإنترنت وإدمانهم عليه يرتبط بالنوع الاجتماعي وببعض المتغيرات الشخصية كالسيطرة والتقبل الاجتماعي والعلاقات الشخصية للمبحوثين. بينما كانت النتائج التي توصلت إليها دراسة وايزر (2000) أكثر تحديداً لأهداف الذكور والإناث من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؛ فقد توصلت إلى أن الذكور أكثر استخداماً للإنترنت لغايات التسلية والترفيه مثل ممارسة الألعاب الالكترونية، وزيارة المواقع الجنسية، ولعب القمار، والدخول إلى مجموعات ومنتديات الحوار، وأخيراً البحث عن المعلومات للإستخدام الشخصي، ولكن الإناث تفوقن في استخدام الإنترنت في تبادل البريد الإلكتروني لمراسلة الأهل والأصدقاء.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمر. في حين أظهرت نتائج دراسة العزب والغامدي (2011) وجود علاقة ارتباطية سالبة بين العمر ومعظم أبعاد أنماط الاستخدام مثل معدل استخدام غرف الدردشة وملكية جهاز حاسوب خاص ما يشير إلى الانخفاض على معظم أبعاد الاستخدام بزيادة المرحلة العمرية للطلاب.

أما دراسة منصور (2004)؛ فقد أشارت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في كل مجالات دوافع استخدام الإنترنت تعزى لمتغير النوع الاجتماعي والعمر.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الصف. في حين أشارت دراسة الشهري (2012) إلى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر والمستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات والسلبيات.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير منطقة السكن.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير نوع المدرسة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، لصالح التلاميذ الذين يستخدمون هذه الشبكات "أكثر من أربع ساعات" يومياً؛ أي أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تحققت دوافعهم المرجوة. وتبدو هذه النتيجة متفقة مع ما توصلت إليه نظرية الاستخدامات والإشباعات بأن زيادة اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام التي تزودهم بمصادر المعلومات تساعدهم بدورها على تحقيق دوافعهم ؛ فكما ذكر عبد الحميد (1997) أن الأفراد يختلفون في دوافعهم ومصالحهم وبالتالي فإنهم يختلفون أيضاً في درجة الاعتماد على نظم وسائل الإعلام، الأمر الذي يترتب عليه وجود نظم متفاوتة لوسائل الإعلام بالنسبة للأفراد تحددها طبيعة الدوافع، ودرجة الاهتمام بها، وطبيعة الاعتماد على وسائل معينة ودرجته لتحقيق هذه الدوافع.

بالإضافة إلى ذلك فإن تحقيق الدوافع يعتمد أيضاً على الفترة الزمنية التي يخصصها الفرد في استخدامه لهذه الوسائل. وقد جاءت هذه النتيجة متفقة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة الشهري (2012)؛ بحيث أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة تعزى لمتغير عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية والإيجابيات.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير عدد أفراد الأسرة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المصروف اليومي للتلميذ.

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التحصيل المدرسي.

يتبين مما سبق وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم من خلال استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس، ولمتغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. في حين يتبين عدم وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في تحقيق التلاميذ لدوافعهم تعزى لمتغيرات الدراسة الآتية: (العمر، الصف، منطقة السكن، نوع المدرسة، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، طبيعة علاقة التلميذ بأسرته، عدد أفراد الأسرة، المصروف اليومي للتلميذ، التحصيل المدرسي).

6-6 مناقشة النتائج المتعلقة بالفروق ذات الدلالة الإحصائية لإشباع الحاجات

أشارت الدراسة إلى النتائج الآتية؛ فيما يتعلق بالفروق ذات الدلالة الإحصائية لإشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية تعزى لمتغيرات الدراسة:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير الجنس. بينما أشارت نتائج دراسة نومار (2012) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بالدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام كل من الذكور والإناث لشبكة "الفيس بوك".

أما دراسة منصور (2014)؛ فقد أشارت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في الحاجات/ الإشباعات التي يحققها الشباب الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي (ذكر – انثى).

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير العمر.

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير الصف.

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير منطقة السكن.

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير نوع المدرسة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير مواقع شبكات التواصل الاجتماعي.

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، لصالح التلاميذ الذين يستخدمون هذه الشبكات بخبرة "عالية"؛ أي أنه كلما زادت خبرة تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي زاد ذلك من مساهمة هذه الشبكات في إشباع حاجاتهم "النفسية والاجتماعية والمعرفية".

- وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير طبيعة علاقتة التلميذ بأسرته، لصالح التلاميذ الذين تربطهم بأسرهم علاقة قوية؛ أي أنه كلما كانت علاقة التلاميذ بأسرهم قوية زاد ذلك من إشباع شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" لحاجاتهم "النفسية والاجتماعية والمعرفية".

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير عدد أفراد الأسرة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير المصروف اليومي للتلميذ.
- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير التحصيل المدرسي.

يمكن تلخيص ما سبق بالتالي وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغير الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، ولمتغير طبيعة علاقة التلاميذ بأسرته. وعدم وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في إشباع شبكات التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ تعزى لمتغيرات الدراسة الآتية: (الجنس، العمر، الصف، منطقة السكن، نوع المدرسة، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، عدد أفراد الأسرة، المصروف اليومي للتلميذ، التحصيل المدرسي).

ويمكننا تفسير النتائج السابقة على النحو الآتي: إن إشباع الحاجات في المرحلة المبكرة من حياة الأطفال تعتمد بدرجة كبيرة ومباشرة على الأسرة وذلك من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، ولأن الحاجات في تلك المرحلة – كما ذكرنا سابقاً – تكون محصورة بشكلٍ أكبر في الحاجات البيولوجية التي تتمثل بالمأكل والمشرب والمبلس...الخ، إلا أنه ومع التقدم في العمر وتطور الحاجات التي يسعى الأطفال إلى تحقيقها –؛ بحيث تبدأ الحاجات النفسية والاجتماعية والمعرفية بالظهور والتبلور في حياة الأطفال – يبدأ منحنى إشباع الحاجات بالإتجاه نحو البدائل المتنوعة والأكثر قدرة على إشباع هذه الحاجات بكفاءة أكبر؛ بحيث يبدأ الأطفال بالسعي نحو بدائل أكثر تنوعاً وتطوراً لإشباع حاجاتهم، كما ويبدأون بتطوير قدراتهم ومهاراتهم واكتساب إمكانيات أكثر تمكنهم من الإستفادة من تلك البدائل بشكلٍ أكبر. بالإضافة إلى ذلك فإن حفاظهم على المصادر القديمة في إشباع حاجاتهم والتي تتمثل بالأسرة بشكلٍ أساسي إلى جانب المصادر البديلة يجعل استفادتهم منها أكبر. وهذا ما أكدته النتائج السابقة في هذه الدراسة.

7-6 مناقشة النتائج المتعلقة بالفروق ذات الدلالة الإحصائية لنتائج الاستخدام

بينت الدراسة النتائج الآتية؛ فيما يتعلق بالفروق ذات الدلالة الإحصائية لنتائج استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيرات الدراسة:

- وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الجنس ولصالح الذكور؛ أي أن نتائج الاستخدام لشبكات التواصل الاجتماعي تظهر على التلاميذ الذكور أكثر من ظهورها على الإناث. وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة ساري (2008) والتي أشارت إلى أن أفراد العينة من كلا الجنسين يستخدمون الإنترنت في حياتهم اليومية بنسب متفاوتة، لكن تأثير الإنترنت في الإناث كان أكثر من تأثيره في الذكور. أما دراسة شن وخليفة (2010)؛ فقد بيّنت أنّ لهذه الشبكات تأثيراً واضحاً على مفهوم الذات لديهم، لا سيما الإناث اللّواتي كانت إستجاباتهن حول الاستعداد للترحيب بصداقات وأفكار جديدة، شبيهة بإستجابات الذكور، مما يسهم في ردم الهوّة الاجتماعية بينهن وبين الذكور، ومساعدتهن في تقرير المصير. بينما لم تظهر نتائج دراسة أبو صعيليك (2012) فروقاً ذات دلالة إحصائية في أثرها على البعدين المعرفي والوجداني تعزى إلى الجنس، في حين أظهرت فروقاً في آثرها على البعد السلوكي لصالح الذّكور. أما نتائج دراسة الزبون وأبو صعيليك (2014)؛ فقد بينت أن الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي تكون لدى الإناث أكبر منها لدى الذكور، بينما تكون الآثار الاجتماعية والثقافية السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي لدى الذكور أكبر من الإناث، وفقاً لتقديراتهم أنفسهم.

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير العمر. في حين أشارت نتائج دراسة المجالي (2007) إلى أنه كلما ازداد العمر انخفض أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية. بينما بينت نتائج دراسة العنزي (2014) عدم وجود فروق في التنمية الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية تساهم بها شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً للفئة العمرية.

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الصف.

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير منطقة السكن. وقد جاءت هذه النتيجة لتؤكد على ما توصلت إليه دراسة نمر (2008)؛ بحيث أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق باستخدام الإنترنت تعزى إلى متغير المنطقة الجغرافية.

كما بينت دراسة العنزي (2014) عدم وجود فروق في التنمية الثقافية الاجتماعية تبعاً لاختلاف السكن، في حين بينت وجود فروق في التنمية السياسية والاقتصادية تبعاً لاختلاف السكن لصالح المدنية.

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير نوع المدرسة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير مواقع شبكات التواصل الاجتماعي. في حين بينت نتائج دراسة العنزي (2014) وجود فروق في التنمية الثقافية والاجتماعية لصالح استخدم "الكيبك" على الشبكات الأخرى، ووجود فروق في التنمية السياسية والاقتصادية لصالح الشبكات الأخرى على استخدام "الفيس بوك".

- وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ولصالح التلاميذ الذين يستخدمون هذه الشبكات "أكثر من أربع ساعات" يومياً؛ أي أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية لشبكات التواصل الاجتماعي زادت نتائج استخدامها على حياة هؤلاء التلاميذ. بينما أشارت نتائج دراسة الناطور (2001) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التفاعل الاجتماعي لأفراد العينة تعزى لعدد ساعات إستخدامهم للإنترنت، إذ أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام أفراد العينة للإنترنت زاد التفاعل الاجتماعي لديهم. كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في عادات الدراسة لدى أفراد العينة تعزى لعدد ساعات إستخدامهم للإنترنت، إذ أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام أفراد العينة للإنترنت أصبحت لديهم عادات دراسية أفضل. وأشارت نتائج دراسة منصور (2004) إلى وجود فروق دالة إحصائياً في مجال الاندماج الاجتماعي والشخصي تعزى لمتغير مدة استخدام الإنترنت لصالح مستخدمي الإنترنت "أكثر من ثلاث ساعات" يومياً.

أما دراسة المجالي (2007)؛ فقد بينت أنه كلما زاد عدد ساعات استخدام الإنترنت ارتفع أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية. في حين توصلت نتائج دراسة غرينفيلد وسوبراهمانيام (2008) إلى أن عدداً كبيراً من الآباء والأمهات يشعرون أن مقدار الوقت الذي يقضيه أطفالهم على مواقع الشبكات الاجتماعية يتداخل مع عمل الأسرة وترابطها. أما نتائج دراسة كالبيدو ورفاقها (2011)؛ فقد توصلت إلى أن الإفراط في الوقت الذي يقضيه الطلبة على شبكة "الفيس بوك" يقترن بتدني تقدير الذّات لديهم.

بينما توصلت دراسة أبو صعيليك (2012) إلى أن زيادة عدد أيام وساعات الاستخدام وعدد الأصدقاء على تلك الشبكات يزيد من تأثيرها على اتجاهاتهم.

- عدم جود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير طبيعة علاقة التلميذ بأسرته، لصالح التلاميذ الذين تربطهم بأسرهم علاقة ضعيفة؛ أي أنه كلما كانت علاقة تلاميذ المرحلة التعليمية الأساسية بأسرهم ضعيفه زادت النتائج المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على حياة هؤلاء التلاميذ. بينما توصلت نتائج درسة ساري (2013) إلى وجود فروق في درجة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية والقرابية تعزى إلى اختلاف طبيعة العلاقة التي تربط الشباب بأسرهم وأقاربهم. فالشباب الذين تربطهم علاقات "متوسطة" القوة بأسرهم كانوا قد تأثروا بهذه المواقع أكثر من زملائهم الذين تربطهم بأسرهم علاقات تتسم "بالحميمية" أو "الفتور". في حين كان تأثير هذه المواقع على الشباب الذين تربطهم بأقاربهم علاقات "ضعيفة" أقوى من أؤلئك الذين تربطهم بأقاربهم علاقات "قوية" أو "متوسطة".

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير عدد أفراد الأسرة.

- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير المصروف اليومي للتلميذ. كما وبينت نتائج الدراسة التي أجرتها الحمصي (2010) عدم وجود فروق دالة إحصائيا في الإدمان على الإنترنت مع تغير واختلاف الوضع الاقتصادي للأفراد، وهذا يعود لتكلفة استخدام الإنترنت المتيسرة للجميع. في حين توصلت نتائج دراسة المجالي (2007) فيما يتعلق بمستوى الدخول الشهرية لأسر الطلبة، إلى أنه كلما ارتفع الدخل الشهري لأسر الطلبة انخفض أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية لديهم.

- وجود فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغير التحصيل المدرسي، لصالح التلاميذ الذين تتراوح معدلاتهم بين (50-59) وهي الفئة الأقل؛ أي أنه كلما قل التحصيل المدرسي للتلاميذ في المرحلة التعليمية الأساسية زادت النتائج المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" على حياة هؤلاء التلاميذ.

وتتفق هذه النتيجة مع توصلت إليها دراسة كاربنسكي (2010)؛ حيث أشارت إلى أن الدرجات الأكاديمي التي يحصل عليها طلاب الجامعات المدمنون على شبكة الإنترنت وتصفح موقع "الفيس بوك" أكبر الشبكات الاجتماعية على الإنترنت أدنى بكثير من تلك التي يحصل عليها نظراؤهم الذين لا يستخدمون هذا الموقع. كما وأشارت دراسة المجالي (2007) إلى أنه كلما ارتفع المستوى الدراسي لدى الطلبة انخفض أثر استخدام الإنترنت على العلاقات الاجتماعية.

يتضح مما سبق وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيرات الدراسة الآتية: (الجنس، عدد ساعات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، طبيعة علاقة التلميذ بأسرته، التحصيل المدرسي)، ويتضح عدم وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (a= 0.05) في النتائج المترتبة عن استخدام التلاميذ لشبكات التواصل الاجتماعي تعزى لمتغيرات الدراسة الآتية: (العمر، الصف، منطقة السكن، نوع المدرسة، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، الخبرة في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، عدد أفراد الأسرة، المصروف اليومي للتلميذ). وربما يرجع السبب في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل تلاميذ المرحلة الأساسية لساعات طويلة بالدرجة الأولى إلى ضعف العلاقة التي تربطهم بأسرهم، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى زيادة النتائج السلبية المرتبة عن استخدام هذه شبكات التواصل الاجتماعي على حياة هؤلاء التلاميذ.

والنتيجة المتوقعة من الاستخدام الطويل لهذه الشبكات وغياب الرقابة والرعاية الأبوية هي أن تكون النتائج المترتبة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي "الفيس بوك، الوتس آب، الانستجرام" على حياة التلاميذ نتائج سلبية تتمثل بتدني التحصيل المدرسي (الأكاديمي). وهذا يؤكد ما توصلت إليه نتائج دراسة كاربنسي (2010) التي أظهرت أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذا الموقع تدنت درجاته في الامتحانات؛ حيث أن (79%) من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن إدمانهم على موقع "الفيس بوك" يؤثر سلبيا في تحصيلهم الدراسي.

كذلك بينت النتائج أن الأشخاص الذين يقضون وقتا أطول على الإنترنت يخصصون وقتا أقصر للدراسة مشيراً إلى أن لكل جيل اهتمامات تجذبه وأن هذا الموقع يتيح للمستخدم "الدردشة" وحل الفوازير وإبداء رأيه في كثير من الأمور والبحث عن أصدقاء جدد أو قدامى. بينما أظهرت نتائج دراسة الناطور (2001) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التحصيل الأكاديمي لأفراد الدراسة تعزى لعدد ساعات استخدامهم للإنترنت أو لفترة الإستخدام أو التفاعل بينهما.

8-6 التوصيات

استناداً إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة، كان لابد من التنويه إلى مجموع من التوصيات من أهمها:

1. إجراء المزيد من الدراسات المستقبلية التي تبحث في مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التنشئة الاجتماعية من حيث بناء الشخصية وتبلورها، ودورها في إشباع الحاجات وتحقيق الدوافع.
2. إجراء دراسات مسحية دورية بهدف تحديد نسبة الأطفال الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بصورة دقيقة، وذلك لتحديد الإجراءات اللازمة لمساعدتهم على الإفادة من الخدمات الإيجابية التي توفرها شبكات التواصل الاجتماعي.
3. العمل على زيادة الوعي بالدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة من وسائل إشباع الحاجات وتحقيق الدوافع لدى التلاميذ.
4. العمل على زيادة الوعي بالإيجابات والسلبيات الناتجة عن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والعمل على الاستفادة من خداماتها الإيجابية، وذلك من خلال إجراء حملات توعية لمختلف المستويات المجتمعية والأسرية والفردية.
5. العمل على زيادة الوعي لدى التلاميذ بأهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً إيجابياً من خلال آليات المراقبة والتوعية من قبل الأهالي والمعلمين والإخصائيين الاجتماعيين في المدارس.
6. الإعتماد على الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية من خلال تدريب المعلمين على استخدامها، بغية تطوير مهارات البحث والإستشكاف والمشاركة لدى التلاميذ.
7. العمل على توفير الإمكانيات اللازمة للإستفادة من الخدمات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي لكافة فئات المجتمع، والتي تتمثل بخفض تكاليف إقتناء الأدوات والوسائل اللازمة لاستخدامها (كالحاسوب، الهواتف الذكية، شبكة الأنترنت)، وعقد دورات تثقيفية مجانية بطريقة استخدامها...الخ.
8. الترويج للخدمات الإيجابية التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي والفائدة المترتبة عن استخدامها من خلال وسائل الإعلام التقليدية كالتلفاز والرايوا والصحف ... وغيرها، وذلك بهدف توعية كافة فئات المجتمع بالدور الكبير الذي تسهم به هذه الشبكات في الإنفتاح على العالم الخارجي.

المراجع

المراجع العربية:

- أبو شعبان، رضوان (2013)، **تصميم مدونة الكترونية وصفحة تعليمية على موقع الفيس بوك وأثرهما على التحصيل لدى طلاب الصف العاشر الأساسي في مبحث التكنولوجيا واتجاهاتهم نحوها**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية العالمية، عمان، الأردن.

- أبو صعيليك، ضيف (2012)، **أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن ودورها المقترح في تنمية الشخصية المتوازنة لديهم**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

- إسماعيل، محمود (2003)، **مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير**، مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

- بوخنوفة، عبد الوهاب (2007)، **المدرسة، التلميذ والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال: التمثل والاستخدامات** ، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، الجزائر.

- البياتي، ياس (2014)، **الإعلام الجديد الحرية والفوضى والثورات**، الفجيرة: هيئة الفجيرة للثقافة والإعلام.

- حجاب، محمد (2004)، **المعجم الإعلامي**، مصر: دار الفجر.

- الحمصي، رولا (٢٠١٠)، **إدمان الإنترنت وعلاقته بمهارات التواصل الاجتماعي دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة دمشق**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمشق، دمشق، سوريا.

- الحملة العالمية لحقوق الإنسان (1991)، **اتفاقية حقوق الطفل**، نيويورك: الأمم المتحدة، ص (17).

- خمش، مجد الدين (2010) **العولمة وتأثيراتها في المجتع العربي،** عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

- الخوالدة، محمود والعموش، حسين (2009)،**علم النفس السياسي والإعلامي،** الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.

- الديب، محمد (1998)، **الخدمة الإجتماعية مع الأسرة والطفولة والمسنين،** القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

- ذوقان، عبيدات وعدس، عبد الرحمن وعبد الحق، كايد (1998)، **البحث العلمي: مفهومه، أدواته، أساليبه،** عمان: دار الفكر للطباعة والنشر.

- راضي، زاهر (2003)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، **مجلة التربية،** جامعة عمان الأهلية، (15)، 25.

- ريفرز، ويليام وباترسون، وتيودور وجينسون، وجاي (2005)، **الاتصال الجماهيري والمجتمع المعاصر،** ترجمة أحمد طلعت البشيشي، مصر: دار المعرفة الجامعية.

- الزبون، محمد وأبو صعيليك، ضيف الله (2014)، الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكات التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة في الأردن، **المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية،** 7 (2)، 1-27.

- زهران، حامد (1990)، **علم نفس النمو (للطفولة والمراهقة)،** القاهرة: عالم الكتب.

- ساري، حلمي (2005)، **ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي،** عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

- ساري، حلمي (2007)، سلوك الأفراد عبر الانترنت دراسة اجتماعية من منظور التفاعلية الرمزية، **مجلة العلوم التربوية،** كلية تربية، جامعة قطر، (10)، 17-52.

- ساري، حلمي (2008)، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية (دراسة ميدانية في المجتمع القطري)، **مجلة دمشق للعلوم الاجتماعية**، دمشق، 24 (1-2)، ص 302.

- ساري، حلمي (2013)، **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الأسرية والقرابية في المجتمع الأردني**، كلية الآداب – قسم علم الاجتماع، الجامعة الأردنية.

- الشامي، عبد الرحمن (٢٠٠٢)، **استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية :الدوافع والإشباعات**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر.

- الشامي، عبد الرحمن (2004)، استخدام الشباب الجامعي اليمني للإنترنت: دراسة مسحية، **المجلة العربية للعلوم الإنسانية**، جامعة الكويت، 22 (88)، 167.

- شاهين، هبة (٢٠٠٠)، **استخدام الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

- شقرة، علي (2014)، **الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"**، عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

- الشهري، حنان (١٤٣٤ هـ/ 2012م)، **أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجا" دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، رياض، المملكة العربية السعودية.

- الشوربجي، نبيلة (2003)، **المشكلات النفسية للأطفال (أسبابها – علاجها)**، القاهرة: دار النهضة العربية.

- صادق، عباس (2008)، **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، عمان: دار الشروق.

- صلاح، مها عبد الحميد (2004)، **استخدامات الجمهور المصري للصحف اليومية الإلكتروانية على شبكة الإنترنت**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

- الطحان، محمد (1998)، **مبادئ الصحة النفسية**، دبي: دار القلم.

- الطرابيشي، ميرفت والسيد، عبد العزيز (2006)، **نظريات الاتصال**، القاهرة: دار النهضة العربية.

- عبد الحميد، محمد (1997) **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، القاهرة: عالم الكتب.

- عبد الفتاح، علياء (2009) ، **الانترنت و الشباب دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي**، مصر: دار العالم العربي.

- عثمان، إبراهيم، وساري، سالم (2014)، **نظريات في علم الاجتماع**، كلية التنمية الاجتماعية والأسرية، منشورات جامعة القدس المفتوحة.

- العزب، سهام والغامدي، محمد (1432هـ/ 2011م)، المحادثة عبر شبكة المعلومات (انماطها ودوافعها واثارها) دراسة ميدانية على طلاب جامعة الملك عبد العزيز، **مجلة جامعة الملك عبد العزيز** الاداب والعلوم الانسانية الاصدار 19(1)، 71-122.

- علي، نبيل (2003)، **تحديات عصر المعلومات**، القاهرة: مكتبة الأسرة والأعمال العلمية.

- العنزي، سلطان (2014)، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي لدى الشباب في منطقة الجوف في المملكة العربية السعودية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

- الغميض، إبراهيم (2003)، **استخدام الإنترنت كمصدر للتعلم لعينة من الطلبة المستخدمين له في جامعتي اليرموك والعلوم والتكنولوجيا الأردنية**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

- قناوي، هدى (1983)، **الطفل تنشئته وحاجاته**، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

- القندلجي، عامر (2013)، **الإعلام والمعلومات والانترنت**، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

- المجالي، فايز (2007)، إستخدام الإنترنت وتأثيره على العلاقات الإجتماعية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، **مجلة المنار للبحوث والدراسات: العلوم الإنسانية**، 13(7)، 160-197.

- المشمشي، محمود، (2002)، **دوافع تعرض المشاهد المصري للقنوات الفضائية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنيا، المنيا، القاهرة.

- مكاوي، حسن (٢٠٠٠)، **نظريات الإعلام**، القاهرة: مركز جامعة القاهرة.

- مكاوي، حسن والسيد، ليلى (2008)، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، مصر، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

- منسى، محمود وقاسم، ناجى ومكارى، نبيلة ومحمود، هويدا (2003)، **الصحة النفسة وعلم النفس الإجتماعي والتربية الصحية**، القاهرة: شركة الجمهورية الحديثة لتحويل وطباعة الورق.

- منصور، تحسين (2004)، استخدام الإنترنت ودوافعها لدى طلبة جامعة البحرين: دراسة ميدانية، **المجلة العربية للعلوم الإنسانية**، جامعة الكويت، 22 (86)، 172.

- منصور، تحسين (2014)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الجامعي الأردني، **المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية**، 7 (2)، 287-306.

- المنصور، محمد (2012)، **تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً"**، رسالة ماجستير غير منشورة، الأكاديمية العربية في الدانمارك، الدانمارك، الدانمارك.

- الناطور، أنسام (2001)، **استخدام الإنترنت وعلاقته مع كل من التحصيل الأكاديمي والتفاعل الاجتماعي وعادات الدراسة لدى عينة من الطلبة الجامعيين**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

- نمر، إيمان (2008)، **الأبعاد التعليمية والاجتماعية والاقتصادية لاستخدام الانترنت من وجهة نظر معلمي وآباء وطلبة المرحلة الثانوية في منطقتين جغرافيتين مختلفين في الأردن**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

- نومار، مريم (2012) **استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية - دراسة عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر** –، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، الجزائر، الجزائر.

المراجع الأجنبية:

- Bellamy, A. and Hanewicz, C. (2001) An Exploratory Analysis of the Social Nature of Internet Addiction, **Electronic Journal of Sociology,** March. United Kingdom, 5(3), 95-187.

- Boyd, D.M. & Ellison, N.B. (2010), "Social network sites: definition, history, and scholarship", IEEE Xplore Digital Library, **Engineering Management Review**, 38 (3), 16-31.

- Boyd, Danah (2008), **Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics**, Unpublished Doctoral Dissertation, University of California, Berkeley,California.

- Breton, Philippe and prouloux, serge (2006), **l'explosion d la communication, introduction aux théories et aux pratiques de la communication** , France: éditions la découverte.

- Byrne ،D (1961), Anxiety and the Experimental Arousal of Affiliation Need, **The Journal of Abnormal and Social Psychology,** 63(3), 660-662.

- Ellison, N., Lampe, C. and Steinfield,C. (2009), Social Network Sites and Society: Current Trends and Future Possibilities, Interaction, **academia.edu, The Potential For Technology-Enabled Connection**, 16 (1), 6-9.

- Ellison, N., Steinfield,C. and Lampe, C. (2007), The Benefits of Facebook "Friends" Social Capital and College Students Use of Online Social Network Sites, **Journal of Computer – Mediated Communication**, 12, 1143-1168.

- Grabner, Sonja (2010), Web 2.0 Social Networks: The Role of Trust, **Journal of Business Ethics**, (90), 505 -525.

- Harrison, Richard & Thomas, Michael (2009), Identity in Online Communities: Social Networking Sites and Language Learning**, International Journal of Emerging Technologies & Society**, 7(2), 112.

- Hayes, Brian (2000), Graph theory in practice: Part I, the magazine of Sigma Xi, the Scientific Research Society, 88 (1), 9-13.

- Kalpidou, M. ,Costin, D. and Morris, J. Morris (2011),The relationship between Facebook and the well-being of undergraduate college students, **Cyber psychology, Behavior, and Social Networking**,14 (4),183-189.

- Karbinsiki, Aren (2010), **facebook and the technology revolution,** New York, Spectrum Puplications.

- Knox, A. D., Saniels, I. V., Sturdivant, D. L,. & Zusman, K.M. (2001). College Student use of the Internet for mate Selection. **College Student Journal**, 35 (1), 158-161.

- Kujath,C.(2011), Facebook and MySpace: Cpmplemene or Substitute for Face-Face Interaction?, Cyber psychology, B**ehavior, and Social Networking**, 14 (1-2), 75-78.

- Kujath,C.(2011), Facebook and MySpace: Complement or Substitute for Face-to-Face Interaction?, Cyberpsychology, **Behavior, and Social Networking**,14 (1-2), 75-78.

- Miller, D (1998) **Measurement by the physical educator , Why and Low,** (3RD. ED) Indianapolis, Indiana, WM. C. Brown Communication, INC.

- Miller, P., Parsons,K. and Lifer,D. (2010),Students and social networking sites: the posting paradox, **Behavior & Information Technology**,29(4), 377–382.

- Miller,P Parsons,K. and Lifer,D. (2010), Students and Social networking sites: the posting paradox, **Behavior & Information Technology**, 29 (4), 377-382.

- Orr,E., Sisic,M., Ross,C., Simmering,M., Arseneault,J., and Robert Orr,R.(2009),The Influence of Shyness on the Use of Facebook in an Undergraduate Sample, **Cyberpsychology and Behavior**,12(3),337-340.

- Rheingold, Howard (1993), **The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier**, is available as a Harper Perennial Paperback in USA.

- Sheldon, P. (2008), The Relationship Between Unwilingness–to- Communicate and Students' Facebook Use, **Journal of Media Psychology***,* 20(2), 67-75.

- Shen, Kathy and Khalifa, Mohamed (2010), Facebook Usage Among Arabic College Students**, International Journal of e-Business Management**, 4(1), 53-65.

- Swite, Mc O.C (2009), the challenge of social networks, **Administrative theory and praxis**, 13(1), 95-96.

- Weiser**,** E. B. (2000). Gender differences in Internet use patterens & Internet Application preferences **CyberPsychology & Behavior**,3 (2), 167-176.

- Zimbardo, P & .Formica ‹R. (1963), Emotional Comparison and Self-Esteem as Determinants of Affiliation, **Journal of Personality**, 31(2), 142 -162.

المواقع الإلكترونية العربية

- أسهل الطرق والتقنيات للتعامل مع الإنترنت (Th3EasyWay) (2014)، عدد مستخدمي الإنترت حول العالم وبخاصة الدول العربية، تم الإطلاع عليها بتاريخ 2015/4/8، متاحة على الرابط التالي:

http://th3easyway.blogspot.com/2014/01/statistic-internet-user.html

- الاصلاح نيوز (2013)، دراسة: الأردن الثاني عربيا في انتشار الفيسبوك بين السكان، الأربعاء ٢٠١٣\٠٥\١٥، تم الإطلاع عليها بتاريخ 2014/11/28، متاحة على الرابط التالي:

http://islahnews.net/170832.html

- جمعية علم المكتبات والمعلومات تبسة (2012)، ملخص بحث الشبكات الاجتماعية، تم الإطلاع عليه بتاريخ 29/11 /2014، متاح على الرابط التالي:

http://bibliotheconomietebessa.blogspot.com/2012_05_01_archive.html

- الحاضر، محمد، الخصائص النمائية لطلاب المرحلة المتوسطة، مدرسة قيس بن أبي العاص المتوسطة للبنين، قسم العلوم، وزارة التربية، الادارة العامة لمنطقة حولي التعليمية، الكويت، تاريخ الإطلاع 2014/11/28، متاحة على الرابط التالي:

www.qaisschool.com/w2.doc

- سلامة، غادة (2011)، مفهوم حاجات الطفولة، موسوعة زنوبيديا، الأربعاء، 26 أكتوبر، 2011 تاريخ الإطلاع 2014/11/28، متاحة على الرابط التالي:

http://zainopedia.blogspot.com/2011/10/blog-post_6908.html

- سليم، عبد العزيز (2008)، حاجات النمو النفسية والاجتماعية والعقلية للأطفال، ودور معلمة الروضة تجاهها، نشرت بواسطة موقع المربي، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2014/11/30، متاح على الرابط التالي:

http://www.almurabbi.com/DisplayItem.asp?MenuID=1&TempID=1&ObjectID=978&ChapID=1

- شبكة إدعس (2012)، ماهو Instagram ؟، نشرت بواسطة الاجهزة الذكية، البرامج والتطبيقات، نشر يوم الجمعة 13 أبريل 2012، الساعة 11:56 ص، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2014/11/28 متاح على الرابط التالي:

http://ed3s.com/%D9%85%D8%A7%D9%87%D9%88-instagra%D8%9F#/

- شبكة الألوكة (2013)، "التأثير السلبي لوسائل التواصل الاجتماعي (الواتس آب والفيس بوك) على الشباب"، تاريخ الإضافة: 2013/6/3، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2014/2/10، متاح على الرابط التالي:

http://www.alukah.net/publications_competitions/0/55511/

- شركة زين (2015)، زين تطلق خدمات الجيل الرابع G\LTE4 تجاريا لأول مرة على مستوى المملكة وتغطي جميع المحافظات منذ اللحظة الأولى، 2015/2/15 الساعة 12:51م، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2015/3/14، متاح على الموقع التالي:

http://www.jo.zain.com/arabic/media/pr/Pages/Zain-Jordan-launches-4G-services-for-the-first-time-in-the-Kingdom.aspx

- الصاعدي، سلطان (2013/ 1432) الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة؟!، بحث مقدم لشبكة الألوكة، المملكة العربية السعودية، المدينة المنورة، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2014/12/25 متاح على الرابط التالي:

www.saaid.net/book/18/9542.pdf

- صحيفة الرايق (2014)، جعبة تحميل الواتس اب الجديد 2014 و واتس اب بلس الازرق ووعودات بعد اضافة الواتس اب الازرق للخدمة، نشر بتاريخ 2014/10/07، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2014/11/28، متاح على الرابط التالي:

http://r2eq.com/13832.html

- الضراب، مازن (2010)، مواقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها، شبكة التدريب عن بعد، نشر بتاريخ 2010/4/19، الساعة 10:55ص، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2015/1/20، متاح على الرابط:

http://www.onlinetrainingnetwork.net/vb/showthread.php?t=997

- عالم الانستجرام (2014)، Category Archives: Uncategorized، تم نشرها بتاريخ 2014/5/29، تم الإطلاع عليها بتاريخ 2014/11/28، متاحة على الرابط التالي:

http://malmazrouai.wordpress.com/category/uncategorized/

- عراقي، سارة (2014)، **"واتس أب" يجذب إليه 600 مليون مستخدم نشط شهريا، نشرت بواسطة،** الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية، أطلقت مؤسسة "الوطن" بوابة الكترونية متخصصة فى نشر الصور، تحت عنوان" cairolens.com كايرولينس"، 27 **فبراير 2014، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2014/11/20، متاح على الرابط التالي:**

http://www.cairolens.com/view/id/6960#.VHhddNKUf0E

- عمران، تامر (2013)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الشرق الأوسط، نشرت بواسطة في انفوجرافيك عالم التقنية (أخبار التقنية بين يديك)1نوفمبر 2013، تم الإطلاع عليها بتاريخ 2014/11/30، متاح على الرابط التالي:

http://www.tech-wd.com/wd/2013/11/01/مواقع-التواصل-الاجتماعي-في-الشرق-الأو/

- ماسلو، أبراهام، هرم ماسلو للحاجات الإنسانية ؟، تم الإطلاع عليها 2014/12/3، متاح على الرابط التالي:

http://www.uobabylon.edu.iq/sustainabilty/files/%.pdf

- المبيضين، إبراهيم (2013)، إحصائيات مواقع التواصل الأكثر استخداما من قبل الأردنيين، نشرت بواسطة موقع صحفي (جريدة الغد أعمال) ، 17-Jul-2013، تم الإطلاع عليها بتاريخ 2014/11/30، متاح على الرابط الآتي:

http://www.sahafi.jo/files/2a56335cf9eb536c15f98fca6498084fd1930dac.html

- مجلة بالـ عربي (2011)، انستغرام يصل إلى 200 مليون مستخدم وتوقعات بأن يصبح أكثر شعبية من تويتر، موقع مختص بالأخبار التي تهم الشباب العربي، تم الإطلاع على الموقع بتاريخ 2014/11/28، متاح على الرابط التالي:

http://www.weziwezi.com/news/?p=29102#

- مجلة بالـ عربي (2011)، ماهو الواتس آب (Whatsapp)، وكيف يعمل ؟، موقع مختص بالأخبار التي تهم الشباب العربي، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2014/11/28. متاح على الرابط التالي:

http://www.weziwezi.com/news/?p=14451

- مركز نماء للبحوث والدراسات (نماء وانتماء) (2014)، تقرير: العالم العربي للإنترنت 2014م،

2014/7/13، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2015/4/8، متاح على الرابط التالي:

http://www.nama-center.com/ActivitieDatials.aspx?id=10437

- منتديات مكتوب (2012)، ما هو الانستجرام Instagram وما هي أهمية في عالم التصوير؟، 2012/9/17 الساعة 2:51 ص، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2014/11/28، متاح على الرابط التالي:

https://travel.maktoob.com/vb/travel763109-print/

- نجم، طه (2011)، نظرية الاستخدامات والإشباعات، نشرت بواسطة: أرشيف المدونة الإلكترونية، الثلاثاء 29 نوفمبر/ 2011، تاريخ الإطلاع 2014/11/28، متاح على الرابط التالي:

http://drtahanegm.blogspot.com/2011/11/blog-post_6558.html

- ويكيبيديا، الموسوعة الحرة (2014)، أبراهام ماسلو، آخر تعديل لهذه الصفحة كان يوم 29 مارس 2014 الساعة 13:00، تم الإطلاع عليها 2014/12/3، متاح على الرابط التالي:

http://ar.wikipedia.org/wiki/% 88

- ويكيبيديا، الموسوعة الحرة (2014)، تقدير الذات، آخر تعديل لهذه الصفحة كان يوم 27 سبتمبر 2014 الساعة 03:45، تاريخ الإطلاع 2014/12/3، متاح على الرابط التالي:

http://ar.wikipedia.org/wiki/%AA

- ويكيبيديا، الموسوعة الحرة (2014)، فيس بوك، آخر تعديل لهذه الصفحة كان يوم 31 ديسمبر 2014 الساعة 15:26، تم الإطلاع على الموقع بتاريخ 2015/1/20 متاح على الرابط التالي:

http://ar.wikipedia.org/wiki/% 83

- ويكيبيديا، الموسوعة الحرة (2015)، الوتس آب، آخر تعديل لهذه الصفحة كان يوم 8 يناير 2015 الساعة 19:45، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2015/1/17، متاح على الموقع التالي:

http://ar.wikipedia.org/wiki/ %A8

المواقع الإلكترونية بالإنجليزية

- Cachia, R. (2008), Social Computing: Study on the Use and Impact of Online Social Networking, IPTS Exploratory Research on the Socio-economic Impact of Social Computing , Has been found on the site in 10.11.2014, available at the following link:

http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC48650.pdf.

- Conroy, M , Feezell, J, and Guerrero, M .(2009), Facebook is... fostering political engagement , for presentation at the American Political Science, Association meeting in Toronto, Canada, UC Santa Barbara , Has been found on the site in 15.12.2014, available at the following link:

http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1451456

- Cronin. M. (2009). 9 Crucial UI Features of Social Media and Networking Sites, SMASHING MAGAZINE (On- Line) , Has been found on the site in10 .11.2014, available at the following link:

http://www.smashingmagazine.com/2009/06/03/9-crucial-ui-features-of-socialmedia-and-networking-sites/.

- Gallion, Augustin J. (2008), Applying the Uses and Gratifications Theory to Social Networking Sites: A Review of Related Literature, Indiana University – Purdue University Fort Wayne, Has been found on the site in 20/12/2014, available at the following link:

https://www.academia.edu/1077670/Applying_the_Uses_and_Gratifications_Theory_to_Social_Networking_Sites_A_Review_of_Related_Literature

- Greenfield, P. & Subrahmanyam, K. (2008), Online Communication and Adolescent Relationships, Has been found on the site in 03.3.2014, available at the following link**:www.futureofchildren.org**.

- Kemp, Simon (2014),Social, Digital & Mobile Worldwide in 2014, Published by News We Are Social, 9 January 2014 at 16:09. Has been found on the site in 30/11/2014, available at the following link:

http://wearesocial.net/blog/2014/01/social-digital-mobile-worldwide-2014/

- Hershey, E. (2010), A social media revolution, Has been found on the site in 03.12.2014, available at the following link:

http://www.personal.psu.edu/jmb851/blogs/la_200__business_and_the_liberal_arts/Social%20Media%20Revolution.pdf

- Jarboe, G (2009), You tube and video marketing, Has been found on the site in_13.12.2014, available at the following link:

http://books.google.com/books?id=09kzFe5roMUC&printsec=frontcover&sourc e=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Perdu .A (2008). The history of friendster, WEBUPON (On-Line), Has been found on the site in 17.11.2014, available at the following link**: http://webupon.com/social-networks/the-history-offriendster.**

- Raphael, L. (2007), A brief history of social networking sites, NFI STUDIOS (On-Line), Has been found on the site in 20.11.2014, available at the following link: **http://www.nfistudios.com/blog/2007/06/21/a-briefhistory-of-social-networking-sites.**

- Scott B. Wegner, Ken C. Holloway, and Edwin M. Garton (1999), The Effects OfInternet-based Instruction on Student learning Southwest Missouri State University, Has been found on the site in 03.3.2014, available at the following link:

http://www.alnicrg/alnweb/joumal/Vot3_issuc2/Wegner.htm.

- Wikipedia, the free encyclopedia (2015), Instagram, This page was last modified on 20 February 2015, at 17:42, Has been found on the site in 22/2/2015, available at the following link:

http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram#cite_note-instagram1-6

- www.statisticbrain.com (2014), Facebook Statistics, **Statistic Verification,** 7.1.2014._Has been found on the site in 20.11.2014, available at the following link: **http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics#/.**

الملاحق

ملحق رقم (1)

الاستبانة

تقوم الباحثة بعمل دراسة بعنوان **"إشباعات مواقع التواصل الاجتماعي لحاجات تلاميذ المرحلة الأساسية في المدراس الخاصة والحكومية في الأردن"**، وقد تم إعداد استبيان لتحقيق الهدف الرئيسي لهذه الدراسة وهو معرفة مدى إشباع مواقع التواصل الاجتماعي لحاجات التلاميذ الذين تتراوح أعمارهم بين (13-16) سنة في المدراس الحكومية والخاصة في مناطق شرق عمانوالغربية في محافظة العاصمة عمان، وذلك خلال السنة الدراسة 2014 / 2015م. لذا نرجو من أعزائنا التلاميذ الإجابة على جميع الأسئلة والعبارات الواردة في هذه الاستبانه، مؤكدين لكم بأن جميع البيانات التي سيتم الحصول عليها ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم إلا لغايات البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحثة

آمنه صدقي يونس

أولاً: البيانات الشخصية:

أرجو وضع رقم الإجابة التي تناسبك في المربع:

1. الجنس:

1) ذكر 2) أنثى

2. العمر:

1) 13 2) 14 3)15 4) 16

3. الصف:

1) سابع 2) ثامن 3) تاسع 4) عاشر

4. منطقة السكن:

1) شرق عمان 2) غرب عمان

5. نوع المدرسة:

1) حكومية 2) خاصة

6. مواقع شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة: (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)

1) فيسبوك (Facebook) 2) انستجرام (Instagram)

3) واتس آب (WhatsApp)

7. ساعات استخدام الأنترنت يومياً:

1) أقل من ساعتين 2) ساعتين إلى أربعة ساعات 3) أكثر من أربع ساعات

8. الخبرة في الاستخدام:

1) عالية 2) متوسطة 3) ضعيفة

9. حدد طبيعة علاقتك بأسرتك:

1) قوية 2) متوسطة 3) ضعيفة

10. عدد أفراد الأسرة: (بما فيهم أنت، والأم والأب)

1) أقل من 3 2) 3-6 3) 7-10 4) أكثر من 10

11. المصروف اليومي للتلميذ:

1) ربع دينار 2) نصف دينار 3) دينار 4) أكثر من دينار

12. التحصيل المدرسي للتلميذ خلال السنة الماضية:

1) 50 – 59 2) 60 -69

2) 3) 70-79 4) 80 – 89 5) 90 فأكثر

ثانياً: أستخدم شبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، الانستجرام، الوتس آب) بدافع:

أرجو وضع إشارة (✓) في المربع الذي يناسبك:

الرقم	العبارات	موافق	محايد	غير موافق
13.	إقامة علاقة صداقة.			
14.	إقامة علاقة عاطفية.			
15.	زيادة العلاقات الاجتماعية والتعرف على أشخاص جدد.			
16.	تبادل الرسائل الالكترونية مع الأهل أوالأصدقاء.			
17.	الدخول إلى مجموعات ومنتديات الحوار للدردشة.			
18.	التقليل من الفراغ الاجتماعي الذي أعاني منه.			
19.	التقليل من الفراغ العاطفي الذي أشعر به.			
20.	التخفيف من القلق والملل الذي يصيبني.			
21.	التخفيف من حالات العزلة والإكتئاب التي كنت أشعر بها.			
22.	التسلية والترفيه واللعب.			
23.	زيادة المعرفة والثقافة العامة.			
24.	البحث عن المعلومات المدرسية.			
25.	الإطلاع على الأخبار الفنية، كأخبار الفنانين والمطربين ولاعبين الرياضة المشاهير.			
26.	التعرف على ثقافات الشعوب المختلفة.			
27.	مواكبة الأخبار والأحداث السياسية الجارية.			

ثالثاً: تحقق استخداماتي لشبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، الانستجرام، الوتس آب) الحاجات الأتية:

أرجو وضع إشارة (✓) في المربع الذي يناسبك:

الرقم	العبارات	موافق	محايد	غير موافق
28.	تقبل الآخرين ومحبتهم لي.			
29.	زيادة رغبتي في إيجاد مكانة بين الآخرين والإندماج معهم.			
30.	زيادة إلتزامي بالعادات والتقاليد والقيم والأخلاق العربية التي تتمثل باحترام الكبير والعطف على الصغير وإماطة الأذى عن الطريق ....الخ.			
31.	التعبير عن نفسي في حدود قدراتي وإمكانياتي.			
32.	تحقق آمالي وطموحاتي بما يتناسب مع شخصيتي.			
33.	تجنبني المخاطر والخوف من الأشياء غير المألوفة.			
34.	الأعتماد على نفسي وتحمل بعض المسؤوليات.			
35.	تعلم اللغات المختلفة.			
36.	تمكنني من البحث والاستطلاع والاستكشاف، كالتعرف على بلدان مختلفة من العالم.			
37.	اكتساب الأساليب والفنون الحياتية المختلفة مثل مهارات (الاصغاء، الإنصات، الاستماع، الإقناع....الخ).			

رابعاً: نتائج استخدامي لشبكات التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، الانستجرام، الوتس آب) تتمثل بما يلي:

أرجو وضع إشارة (√) في المربع الذي يناسبك:

الرقم	العبارات	موافق	محايد	غير موافق
.38	زيادة تواصلي وتفاعلي مع الآخرين.			
.39	إيجاد حلول لبعض المشكلات الاجتماعية التي أواجهها.			
.40	التباعد بيني وبين أفراد أسرتي الذين أعيش معهم.			
.41	التقريب بيني وبين أفراد أسرتي ممن يعيشون في الخارج.			
.42	المساعدة في التعرف على الجنس الآخر.			
.43	قضاء وقتاً طويلاً في التحادث مع أصدقائي ومعارفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الوقت الذي أقضيه معهم وجها لوجه.			
.44	التقليل من زيارتي لأقاربي ومشاركتي في المناسبات العائلية (حفلات الأعراس، النجاح...الخ).			
.45	زيادة عدد أصدقائي ومعارفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.			
.46	زيادة ثقتي بنفسي.			
.47	زيادة شعوري بالوحدة والعزلة عن محيطي الاجتماعي.			
.48	الشعور بالألفة والإنتماء لأصدقائي ومعارفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.			
.49	ابتزاز الآخرين لي من خلال استغلالهم لصوري الشخصية ومعلوماتي الخاصة.			
.50	التعبير عن آرائي الشخصية التي لا أستطع أن أفصح عنها أمام أهلي.			
.51	الاستفادة من خبرات الآخرين وتجاربهم.			
.52	إشباع فضولي في الحصول على معلومات أكثر من تلك الموجودة في كتبي المدرسية.			
.53	تدني تحصيلي المدرسي.			
.54	إبتعادي عن الثقافة العربية التي أنتمي إليها.			

تم بحمد الله

المحلق رقم (2)

التعديلات التي أجريت على بعض فقرات الاستبانة

الرقم	الفقرات قبل التعديل	الفقرات بعد التعديل	المحور	التعديل الذي تم إجرائه	سبب التعديل
1.	الهروب من الواقع (الروتين اليومي).	---------	الدوافع	الحذف	لا تناسب الفئة العمرية المستهدفة
2.	الإطلاع على الأخبار الثقافية والفنية.	الإطلاع على الأخبار الفنية، كأخبار الفنانين والمطربين ولاعبين الرياضة المشاهير.	الدوافع	إضافة	إضافة الأمثلة لغايات التوضيح
3.	الحب والحنان والتقبل.	تقبل الآخرين ومحبتهم لي.	الحاجات	التعديل	إعادة صياغة
4.	تعلم المعايير السلوكية التي تتناسب مع العادات والتقاليد والقيم.	زيادة إلتزامي بالعادات والتقاليد والقيم والأخلاق العربية التي تتمثل باحترام الكبير والعطف على الصغير وإماطة الأذى عن الطريق ....الخ.	الحاجات	التعديل وإضافة	إعادة صياغة وإضافة الأمثلة لغايات التوضيح
5.	البحث والاستطلاع والاستكشاف وحب المغامرة.	تمكنني من البحث والاستطلاع والاستكشاف، كالتعرف على بلدان مختلفة من العالم.	الحاجات	إضافة	إضافة الأمثلة لغايات التوضيح
6.	اكتساب الأساليب والفنون المختلفة للحياة.	اكتساب الأساليب والفنون الحياتية المختلفة مثل مهارات (الاصغاء، الإنصات، الاستماع، الإقناع....الخ).	الحاجات	إضافة	إضافة الأمثلة لغايات التوضيح
7.	الشعور بالتقدير والقبول والأعتراف من الآخرين.	------------	الحاجات	الحذف	للإبتعاد عن التكرار
8.	الحاجة إلى الترفيه والتسلية واللعب.	------------	الحاجات	الحذف	للإبتعاد عن التكرار

9.	قللت من زيارتي لأقاربي.	التقليل من زيارتي لأقاربي ومشاركتي في المناسبات العائلية (حفلات الأعراس، النجاح...الخ).	النتائج	التعديل	دمج الفقرتين في فقرة واحدة وإعادة صياغتها
10.	قللت من مشاركتي في المناسبات العائلية (الأعراس، النجاح في التوجيهي والرجوع من الحجة...الخ).				
11.	عدد أصدقائي ومعارفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من عدد أصدقائي ومعارفي في المدرسة.	زيادة عدد أصدقائي ومعارفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	النتائج	التعديل	إعادة صياغة
12.	استغل الآخرون المعلومات الشخصية التي تحتويها صفحاتي على مواقع التواصل الاجتماعي لإبترازاي وإلحاق الضرر بي.	ابتزاز الآخرين لي من خلال استغلالهم لصوري الشخصية ومعلوماتي الخاصة.	النتائج	التعديل	دمج الفقرتين في فقرة واحدة وإعادة صياغتها
13.	زادت من المشكلات التي تواجهني مع الآخرين بسبب استغلالهم لصوري الشخصية التي تحتويها صفحاتي على هذه المواقع.				
14.	ساعدتني في التقليل من بعض مشكلاتي النفسية مثل (الاكتئاب والعزلة والخجل...الخ).	---------------------	النتائج	الحذف	للإبتعاد عن التكرار
15.	زادت من قدرتي في الحصول على كمية كبيرة من المعلومات والمعارف المختلفة.	---------------------	النتائج	الحذف	للإبتعاد عن التكرار
16.	أتاحت لي الفرصة للتحرر من السيطرة الأسرية.	التعبير عن آرائي الشخصية التي لا أستطع أن أفصح عنها أمام أهلي.	النتائج	التعديل	إعادة صياغة
17.	ثقتي بأصدقائي ومعارفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من ثقتي بأصدقائي ومعارفي في المدرسة.	---------------------	النتائج	الحذف	لا تناسب الفئة العمرية المستهدفة

الملحق رقم (3)

قائمة بأسماء محكمي الاستبانة

اسم المحكم	التخصص	الجامعة
الأستاذ الدكتور مجد الدين خمش	علم الاجتماع	كلية الآداب / الجامعة الأردنية
الأستاذ الدكتور خليل درويش	علم الاجتماع	كلية الآداب / الجامعة الأردنية
الأستاذ الدكتور عايد وريكات	علم الاجتماع	كلية الآداب / الجامعة الأردنية
الدكتور مروان الزعبي	علم النفس	كلية الآداب / الجامعة الأردنية
الدكتور مهند الشبول	مناهج وتقويم	كلية العلوم التربوية / الجامعة الأردنية

الملحق رقم (4)

طلب إجراء دراسة



كليـة الآداب
Faculty of Arts
قسم علم الاجتمـاع
Department of Sociology

حضرة السادة وزارة التربية والتعليم المحترمين

تحية طيبة، وبعد ،،،

إن الطالبة/ آمنة صدقي يونس في قسم علم الاجتماع / كلية الآداب في الجامعة الأردنية تقوم بدراسة بعض النواحي التطبيقية المتعلقة بمؤسستكم الكريمة في إطار إعداد رسالة دكتوراه بعنوان اشباعات مواقع التواصل الاجتماعي لحاجات تلاميذ المرحلة الأساسية في المدارس الحكومية والخاصة في الأردن.

وحيث أننا نعهد بكم الاستعداد الكامل لمؤازرة الجامعة وكلياتها وطلبتها في كل ما يعود بالنفع والخير على الوطن والمجتمع .

نرجو التفضل بتقديم التسهيلات الممكنة للطالبة المذكورة علما بأن أية معلومات تحصل عليها ستكون موضع ثقة وكتمان بحيث لن تناقش إلا بشكل عام مجرد وفي المحيط الأكاديمي فقط

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام ،،،،،

رئيس قسم علم الاجتماع

الأستاذ الدكتور مجد الدين خمش

هاتف - ٥٣٥٥٠٠٠ (٦-٩٦٢) فرعي- ٢٤٨٨٨ فاكس - ٥٣٠٠٢٣٢ (٦-٩٦٢) عمان ١١٩٤٢ الأردن
Tel: (962-6) 5355000 Ext.: 24888 Fax: (962-6) 5300232 Amman 11942 Jordan
E-mail: admin@ju.edu.jo

الملحق رقم (5)

كتاب تسهيل مهمة

بسم الله الرحمن الرحيم



وزارة التربية والتعليم



الرقم ٣/١٠/١١/٨٠٥٢٥٠
التاريخ ٦ ذو الحجة ١٤٣٥
الموافق ٢٠١٤/٠٩/٣٠

السيد مديـــر التربية والتعليم لمحافظة / للواء / لمنطقة..

الموضوع: البحث التربوي

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد؛

فأرجو إعلامكم بأن الطالبة آمنة صدقي يونس تقوم بإجراء دراسة عنوانها "إشباعات مواقـــع التواصل الاجتماعي لحاجات تلاميذ المرحلة الأساسية في المدارس الحكومية والخاصة فـــي الأردن"، استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في تخـصص علـم الاجتمـاع/ الجامعة الأردنية، ويحتاج ذلك إلى تطبيق استبانة على عينة من طلبــة المــدارس التابعــة لمديريتكم.

يرجى تسهيل مهمة الطالبة المذكورة وتقديم المساعدة الممكنة لها ، على أن يتم مطابقة الاســتبانة المرفقة مع الاستبانة المطبقة.

واقبلوا الاحترام

وزير التربية والتعليم

الدكتور
محمد أحمد ابو غزلة
مدير إدارة التخطيط والبحث التربوي

نسخة/ لمدير إدارة التخطيط والبحث التربوي
نسخة/ لمدير البحث والتطوير التربوي بالوكالة
نسخة/ لرئيس قسم البحث التربوي بالوكالة
نسخة/ الملف ١٠/٣
المرفقات : (٤) صفحات.

المملكة الأردنية الهاشمية
هاتف: ٥٦٠٧١٨١ ٦ ٩٦٢+ فاكس: ٥٦٦٦٠١٩ ٦ ٩٦٢+ ص.ب: ١٦٤٦ عمان ١١١١٨ الأردن. الموقع الإلكتروني: www.moe.gov.jo

الملحق رقم (6)

التدقيق اللغوي

بسم الله الرحمن الرحيم

الاستاذ الدكتور حلمي ساري المحترم

14/4/2015م

تحية طيبة، وبعد،

فبخصوص الرسالة الموسومة ب: إشباعات مواقع التواصل الاجتماعي لحاجات تلاميذ المرحلة الأساسية في المدارس الخاصة والحكومية في الاردن، للباحثة آمنة صدقي يونس، لقد تم مراجعتها مرة ثانية ودققت لغوياً.

تفضلوا بقبول فائق الاحترام

محمد الرضي

أبو هشام

GRATIFICATION NEEDS OF SOCIAL NETWORK FOR STUDENTS IN PRIMARY EDUCATION IN BOTH PRIVATE AND PUBLIC SECTOR IN JORDAN

By

Amnhe Sudqi Younis

Supervisor

Dr. Helmy Khader Sary, Prof.

ABSTRACT

This study aims to recognize the motivations of the basic grades students in Jordan of social networks utilization especially (Facebook, Whatsapp, and Instagram); to recognize the gratification of these networks to their different needs; to recognize the networks utilization influences on this social category. The study sample consisted of (644) students (316 females and 328 males), aged between (13 and 16) years, The study sample consisted of 644 students (316 females and 328 males), aged between 13 and 16 years, selected by multistage cluster random sampling , in addition of using the rational interviews in order to clarify the questionnaire questions if necessary.

Data were collected by distributing a questionnaire which is based on 4 axes; first axe: demographic data (sex, age, school grade, place of residence, school classification, social networks sites, daily utilization hours, practical experience, the nature of the student relationship with his family, number of family members, daily pocket money, annual school degrees); second axe: motivations of utilization, third axe: needs gratification, and the fourth axe : the social networks utilization influences.

The study found the following results:

(64%) of students aged (13-16) use the three above mentioned networks, they use these networks moderately. (44.3) of students use these networks for (2-4) hours daily. (64.3%) use these networks highly. Facebook is the most used social network among the three above mentioned networks. Male students, tenth grade students, public school students, and western Amman students are the more users.

Watts app network comes in the second rank; it is used highly by female students, tenth grade students, privet school students, western Amman students. Finally, Instagram comes in third rank; it is used highly by girl students, ninth grade students, privet school students, western Amman.

The average of students motivations for social networks using axis is classified “high”, the arithmetic average reaches to (2.38) with a standard deviation (0.29). The average of needs gratification axis is classified “high”, the arithmetic average reaches to (2.26) with a standard deviation (0.31). The average of influences of utilization axis is classified "medium», the arithmetic average reaches to (2.20) with a standard deviation (0.32).

There are statistically significant differences at the level of significance (a = 0.05) on the students motivation realizing through networks utilization which are attributed to the variable of “sex” in favor of males, and to the variable of “number of utilization hours” in favor of students who use social networks more than 4 hours daily. Accordingly, the increasing of utilization hours means the increasing of desired motivations realizing. There are statistically significant differences at the level of significance on students needs gratification through the social networks which are attributed to the variable of “practical experience” in favor of students who use social networks highly and to the variable of “nature of relationship with the family” in favor of students who have strong familial relations. Accordingly, increasing of practical experience and the strong relation with their families upgrade the students needs gratification. There are statistically significant differences at the level of significance on influences resulting from social networks utilization which are attributed to the following variables: (sex in favor of males, number of utilization hours in favor of students who use social networks more than 4 hours daily, the nature of the student relationship with own family in favor of students who’s a weak relationship with own family, and the annual school degrees in favor of students who have “50-59”. Accordingly, the social networks utilization by male students for long time and the absence of paternal welfare increase the influences resulting from social networks utilization.

Based on results above mentioned, the study presents a series of the most important recommendations, including: Increasing awareness of the role played by social networking as a means of needs gratification and motivations achieving students; Increasing awareness of positives and negatives influences resulting from the social networks utilization; inviting to benefit from the positive services of social networks, through conducting awareness campaigns to various community levels, (family and individual); And reliance on services provided by social networks in the educational process through teacher training to use it, in order to develop research and exploration skills and the participation for students .

Key words: social networks, students of basic grades, the motivations of utilization, needs gratification, influences of utilization, paternal.

.